

Heidi Hallongren

# **KUNTALAISTEN OSALLISTAMINEN INSTAGRAM-KUVAHAASTEEN AVULLA**

Uudenlaiset osallistamiskeinot Valkeakosken eteläisen  
keskustan suunnitteluprosessissa

Johtamisen ja talouden tiedekunta

Pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2019

# TIIVISTELMÄ

Heidi Hallongren: Kuntalaisten osallistaminen Instagram-kuvahaasteen avulla – Uudenlaiset osallistamiskeinot Valkeakosken eteläisen keskustan suunnitteluprosessissa

Pro gradu -tutkielma, 61 sivua, 6 liitesivua.

Tampereen yliopisto

Hallintotieteiden tutkinto-ohjelma, ympäristöpolitiikka ja aluetiede

Ohjaaja: Kirsi Paullina Kallio

Toukokuu 2019

Asuin- ja elinympäristömme muuttuvat kaiken aikaa. Perinteisesti kaupunkisuunnitteluun on voinut osallistua kuulemistilaisuuksissa tai kirjallista palautetta antamalla. Maailma on kuitenkin muuttunut ja vain harvalukuinen joukko ilmaisee mielipiteitään perinteisin keinoin, hiljaisen enemmistön ja monien erityisryhmien mielipiteen jäädessä puuttumaan täysin. Suunnitelmat koskevat kuitenkin kaikkia kuntalaisia ja niiden vaikutukset ulottuvat useiksi vuosikymmeniksi eteenpäin. On tärkeää kuulla kuntalaisten mielipiteitä laajasti jo suunnittelun varhaisessa vaiheessa, mihin myös lainsäädäntö tulee aiempaa selvemmin ohjaamaan. Eri ikäisten ja eri elämäntilanteissa olevien kuntalaisten osallistamiseksi on kuitenkin löydettävä uudenlaisia keinoja. Ihmiset arvostavat kiireisessä arjessaan helppoutta ja nopeutta ja osallistamisessa tämä on mahdollista toteuttaa teknologian avulla. Lähes jokainen meistä kuljettaa mukanaan älypuhelinta, johon on ladattuna useita sosiaalisen median sovelluksia – keinoja osallistua suunnitteluun ajasta ja paikasta riippumatta.

Tutkimuksessani perehdyn Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelussa käytettyihin uusiin varhaisen vaiheen osallistamismenetelmiin ja erityisesti siihen, millaisia visuaalisia keinoja kuntalaisten mielipiteen ilmaisuun on tarjolla perinteisten kuulemistilaisuuksien ja kirjallisen palautteenannon sijaan tai niiden ohessa. Lämpimään tarkasteluun valitsin täysin uudenlaisen osallistamismenetelmän, Instagram-kuvahaasteen, joka kehitettiin erityisesti nuorempien kuntalaisten osallistamiseksi suunnitteluun. Mielenkiinto sosiaalisen median käyttöön osallistamisessa on kasvanut viime vuosina ja eri sovellukset tarjoavat suunnittelijoille väyliä tavoittaa kuntalaisia ja heidän mielipiteitään. Pyrin selvittämään, millainen Instagram-kuvahaaste on osallistamismenetelmänä suhteessa perinteisiin osallistumismenetelmiin, millaiset osallistamisen ulottuvuudet siinä painottuvat ja miten sen informaatiota voidaan käyttää suunnittelutyössä.

Aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla selvitin aluksi dokumenttianalyysillä suunnittelussa käytettyjen uusien osallistamismenetelmien toteutusta ja tämän jälkeen puolistrukturoiduilla teemahaastatteluilla tutkin Instagram-kuvahaastetta osallistamiskeinona. Haastattelin neljä kaupunkisuunnittelusta vastaavaa henkilöä, jotka muodostivat Valkeakosken eteläisen keskustan kehittämishankkeen työryhmän, joka vastasi osallistamisen järjestämisestä ja uusien osallistamistapojen ideoinnista ja käyttöönnotosta. Otskoosta muodostui pieni, mutta toisaalta haastatellut käsittivät kaikki, joilla oli kokemusta Instagram-kuvahaasteen kehittämisestä ja toteutuksesta, eli paras tieto tutkimastani aiheesta.

Esimerkkitapauksessani kuntalaisia osallistettiin varhaisessa vaiheessa monin uusin tavoin, HARAVA-kyselyiden, Instagram-kuvahaasteen sekä kehittämisraadin avulla. Instagram-kuvahaasteen ohella myös HARAVA-kyselyissä painottuu vahvasti visuaalisuus erilaisten havainnekuvien sekä kartta-aineistojen kautta. Osallistamiskeinot selvästi tukevat toisiaan ja niiden kautta saatu palaute on monelta osin yhteneväistä. Instagram-kuvahaasteen suunnittelussa lähtökohtana oli tavoittaa erityisesti nuoret kuntalaiset. Haluttiin kehittää helppo, nopea ja anonyymi menetelmä mielipiteen ilmaisuun, jotta kynnys osallistua olisi mahdollisimman matala. Uuden osallistamismenetelmän markkinointi vaatii resursseja, minkä lisäksi olisi tärkeä kertoa myös kerättävän palautteen merkityksellisyydestä suunnittelijoiden työssä osallistujien motivoimiseksi. Erityisesti Instagram tarjoaa myös suunnittelijoiden näkökulmasta helpon tavan osallistaa, sillä siinä korostuu erityisesti kertyvän aineiston selkeys ja hyödynnettävyys. Kuvahaasteen kokemusten perusteella suunnittelijoilla tulee olla riittävästi osaamista, jotta sosiaalisen median potentiaali kyetään hyödyntämään. Kuvallinen palaute nähdään informatiiviseksi, eikä sen tulkintaa nähdä ongelmaksi palautteen ollessa yleisesti ottaen varsin tulkinnanvaraista. Lisäksi kuvahaastetta on mahdollista hyödyntää monipuolisesti erilaisissa suunnittelutilanteissa.

Tulosten perusteella Instagram-kuvahaaste osallistamiskeinona vastaa osallistamisen kohtaamiin haasteisiin, joita teknologinen kehitys ja yhteiskunnan muutokset ovat sille asettaneet. Useiden eri osallistamiskeinojen käytöllä voidaan osallistaa aiempaa suurempi osa kuntalaisista ja sosiaalinen media tarjoaa aiempaa helpomman tavan ilmaista mielipiteitään. Perinteiselle osallistamiselle kuitenkin on paikkansa uusien menetelmien rinnalla.

Avainsanat: osallistamismenetelmät, suora osallistuminen, varhainen osallistaminen, sosiaalinen media.

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 MISTÄ OSALLISTUMISESSA ON KYSE JA MITEN SE TOTEUTETAAN? .....	7
2.1 Kuntalaisten osallistuminen.....	7
2.2 Internet ja sosiaalinen media osallistamisen välineinä .....	11
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	15
3.1 Tutkimustehtävä .....	15
3.2 Aineisto.....	17
3.3 Tutkimusmenetelmät .....	18
3.4 Tutkimusetiikka .....	21
4 UUDISTUVA KANAVANRANTA – ETELÄISEN KESKUSTAN KEHITTÄMISHANKE JA SEN OSALLISTAMISKEINOT.....	21
4.1 Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelu .....	21
4.2 Osallistaminen eteläisen keskustan kehittämishankkeessa.....	23
5 INSTAGRAM-KUVAHAASTE KUNTALAISTEN OSALLISTAMISESSA .....	31
5.1 Instagram-kuvahaasteen toteutus.....	31
5.2 Kuvallisen informaation hyödyntäminen suunnittelussa.....	39
5.3 Sosiaalisen median mahdollisuudet kuntalaisten osallistamisessa .....	41
5.4 Instagram-kuvahaaste ja kehittämisraati.....	44
5.5 Mitä suunnittelijat oppivat Instagram-kuvahaasteen toteutuksesta? .....	46
6 UUSIEN OSALLISTAMISMENETELMIEN POTENTIAALI .....	49
LÄHTEET .....	54
Liite 1. ....	62
Liite 2. ....	63
Liite 3. ....	64
Liite 4. ....	65
Liite 5 .....	66
Liite 6 .....	67

## KUVIOT

Kuvio 1. Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelun tähänastiset vaiheet sekä hankkeessa toteutettu kuntalaisten osallistaminen .....	23
Kuvio 2. Esimerkkejä HARAVA-kyselyn vastaajien karttanäkymistä sekä vastaajien niihin merkitsemistä sijainneista .....	24
Kuvio 3. HARAVA-kyselyn Ideoi-kuvilla -osion havainnekuvat vastaajien pisteytyksillä .....	25
Kuvio 4. Uudistuva Kanavanranta-hankkeen Instagram-kuvahaasteen mainos .....	27
Kuvio 5. Esimerkkejä Instagram-kuvahaasteeseen tulleista hyviksi koettuja asioita kuvaavista kuvista teksteineen tunnisteella #kanavanrantayes .....	28
Kuvio 6. Esimerkkejä Instagram-kuvahaasteeseen tulleista huonoksi koettuja asioita kuvaavista kuvista teksteineen tunnisteella #kanavanrantano .....	28
Kuvio 7. Instagram-käyttäjien jakamia kuvia Valkeakosken eteläisen keskustan alueelta .....	29
Kuvio 8. Esimerkkejä HARAVA2-kyselyn vastaajien karttanäkymistä ja vastaajien merkinnöistä, joilla on arvioitu tehtyjä suunnitelmia .....	30
Kuvio 9. Esimerkkejä HARAVA2-kyselyssä pisteytetyistä alueelle laaditun suunnitelman havainnekuvista .....	30
Kuvio 10. Haastatteluissa esiin nousseet Instagram-kuvahaasteen toteutuksen keskeiset elementit .	39

# 1 JOHDANTO

Aluesuunnittelu on viime vuosikymmeninä kokenut suuria muutoksia. Kommunikatiiviseksi käänteeksi kutsutun muutoksen myötä suomalaisten kuntien maankäytön suunnittelussa päättyi pitkään jatkunut rationalistinen perinne, mikä käytännössä tarkoitti päätöksentekoa, jonka lähtökohtana oli viranomaisten ja asiantuntijoiden toiveet ja tarpeet. 1980-90-luvuilla kaavoitusprosessit kehittyivät edelleen vuorovaikutteisempaan suuntaan (esim. Roininen, Horelli & Wallin 2003, 6), ja vuonna 2000 voimaan tullut maankäyttö- ja rakennuslaki (123/1999), jonka 1§:ssa kansalaisille pyrittiin tarjoamaan paremmat mahdollisuudet osallistua kaavoitukseen ja yhdyskuntasuunnitteluun, toi vuorovaikutteisuuden ja osallistumismahdollisuudet entistä selvemmin osaksi maankäytön suunnittelua. Samalla osallistaminen ja osallisuus on alkanut kiinnostaa myös tutkimusmaailmaa. Vaikka laki turvaa mahdollisuuden osallistua ja ilmaista mielipiteensä, on kuitenkin tarpeen kiinnittää huomiota myös keinoihin, joilla osallistaminen toteutuu. Kotimaisella tutkimuskentällä onkin tutkittu 2000-luvulla uudenlaisten osallistamismenetelmien soveltuvuutta aluesuunnittelun useissa eri tapaustutkimuksissa.

Jokaisella meistä on mielipiteitä omaa asuin- ja elinympäristöämme koskevista suunnitelmista ja toimenpiteistä, eikä niiden julki tuominen aina suju helposti ja kitkattomasti. Suunnittelutyö ei Karpin (2008, 9) mukaan tapahdu ”sosiaalisessa tyhjiössä”, vaan ihmiset ovat monin eri tavoin vuorovaikutuksessa elinympäristöjään koskevan suunnitteluprosessin kanssa. Tästä voi pahimmillaan seurata konflikteja kansalaisten ja suunnittelijoiden ollessa eri linjoilla siitä, mihin suunnittelussa pyritään ja millä tavoin haluttuun lopputulokseen on mahdollista päästä. Kyttä ja Kahila (2006, 59) uskovat suunnittelijoiden kaipaavan uudenlaisia osallistumismenetelmiä, ja nostavat suunnittelun näkökulmasta menetelmien kehityksen keskeisiksi elementeiksi joustavan ja nopean tiedonsiirron ja vuoropuhelun.

Kaavoituskäytäntöjen vuorovaikutteisuuteen ja kansalaisten vaikuttamismahdollisuuksiin kiinnitetäänkin nykyään yhä enemmän huomiota, ja haluan tutkielmassani selvittää, millaiseksi osallistamisen välineeksi sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet nähdään kaupunkikehityshankkeessa. Lähestyn aihetta mobiiliin kuvanjakoon kehitetyn sovelluksen, Instagramin kautta. Vuorovaikutteisuus ja kansalaisten vaikuttamismahdollisuudet on pitkään tarkoittanut kunnan järjestämiä kuulemistilaisuuksia, mutta kuten Nummi (2007, 17) on jo vuosikymmen aiemmin nostanut esiin, tietoyhteiskunnan kehittyessä tulee myös osaltaan kehittymään verkko-osallistuminen.

Yhteiskunta on kokenut viime vuosikymmeninä nopean teknologisen muutoksen, joka jatkuu edelleen esimerkiksi automatisaation ja digitalisaation kautta. Viimeiset kymmenen vuotta ovat olleet tekniikan kehityksen ja sosiaalisen median arkipäiväistymisen kautta myös uudenlaisten osallistamismuotojen kehittämisen näkökulmasta todella hedelmällisiä. Nyt jo vakiintuneiksi muodostuneet käytännöt, kuten verkkokyselyt havainnekuvineen ovat nekin verrattain uusia, ja yhä uudenlaisia menetelmiä kokeillaan ja kehitetään koko ajan. Älypuhelinien yleistymisen on tuonut sosiaalisen median sovellukset ja sen kautta mahdollisuudet osallistua ja vaikuttaa lähelle yhä useampia meistä. Onkin syytä pohtia, voisiko osallistumisen kynnys madaltua, kun siihen löytyy väylä, joka on nopea, yhteisöllinen ja kulkee lähes aina mukana?

Uudenlaisia suoran osallistumisen keinoja on mielestäni tärkeä kehittää perinteisten menetelmien, kuten kuulemistilaisuuksien rinnalle. Taustaoletukseni pidän uudenlaisten osallistumismenetelmien tuovan suunnitteluun mukaan uusien kuntalaisten, kuten erityisryhmien ääntä. Kärjistäen, jos kuulemistilaisuuksiin osallistuu vanhempia kuntalaisia, joilta löytyy eletyn elämän tuomaa kokemusta, saataisiinko uusien menetelmien avulla kuuluviin myös nuorempien ääntä, niiden, jotka asuvat kunnassa seuraavien vuosikymmenten aikana. Sosiaalisen median hyödyntäminen osallistamisessa kiinnostaa tällä hetkellä laajasti ja eri sovellukset luovat mahdollisuuksia kehittää uusia osallistamismenetelmiä.

Bamberg (2012, 49) on todennut paikkoihin liittyvän erilaisia arvoja, tunnesiteitä ja kokemuksellisuutta, jotka sitouttavat ihmisiä suunnitteluun, mutta näitä merkityksiä on kuitenkin vaikea välittää yksin sanallisesti. Olisiko Instagramin mobiilisti tapahtuva kuvien jako vastaus Bambergin edellä esittämään vaikeuteen välittää suunnitteluprosessiin paikkoihin liittyviä merkityksiä sanallisesti? Yhteiskunnassa tapahtuva visuaalisen kulttuurin muutos on tuonut valokuvat, videot, television, Internetin ja mainonnan uudella tavalla osaksi ihmisten arkielämää. Lisäksi mediamurros, jossa kamerat verkottuvat ja sosiaalisen median käyttö yleistyy mahdollistaa myös suunnittelussa uudenlaisten kuvallisten menetelmien käyttöönoton. Samaan aikaan yhä useammalla ihmisellä on lähes poikkeuksetta taskussaan kameralla varustettu puhelin, joka mahdollistaa kuvien jakamisen sosiaaliseen mediaan.

Tutkimukseni kohteena toimii kotikaupunkini Valkeakosken eteläisen keskustan kehittämisessä käynnissä oleva Uudistuva Kanavanranta -kehittämishanke. Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelussa kaupunki otti kuntalaisten osallistamiseksi käyttöön useita uusia keinoja; HARAVA-

kyselyn, kehittämisraadin sekä Instagram-kuvahaasteen, joista viimeksi mainittu on täysin uudenlainen tapa osallistaa kuntalaisia alueen suunnitteluun. Uusilla osallistamiskeinoilla pyritään tavoittamaan kuntalaisia mahdollisimman laajasti heidän mielipiteidensä kuulemiseksi. Perinteiset osallistamiskeinot eivät enää tavoita ihmisiä, minkä vuoksi on tarpeen löytää uudenlaisia tapoja osallistamiseen. Tarkastelen ensinnä, millaisen kokonaisuuden hankkeessa käyttöön otetut uudet osallistamiskeinot muodostavat. Ensimmäistä kertaa kuntalaisten osallistamistarkoitukseen käytettävän Instagram-kuvahaasteen tarkastelun kautta selvitän sekä sen toteutusta että laajemmin sen potentiaalia kuntalaisten osallistamisessa. Koska aikaisempaa kokemusta tai tutkimusta Instagram-kuvahaasteen käyttämisestä kuntalaisten osallistamiseksi esimerkkitapauksen kaltaisessa suunnittelussa ei ole, tarjoaa tutkimukseni täysin uutta tietoa osallistamismenetelmästä. Kaikkiaan, uusien osallistamiskeinojen avulla suunnittelun tueksi haetaan aiempaa kattavammin tietoa kuntalaisten mielipiteistä ja luodaan kuntalaisille mahdollisuuksia ilmaista niitä myös aiempaa moninaisemmin keinoin. On mielenkiintoista nähdä, millaiset uudenlaiset osallistamiskeinot tulevaisuudessa onnistuvat tavoittamaan kuntalaiset osaksi suunnitteluprosesseja.

## **2 MISTÄ OSALLISTUMISESSA ON KYSE JA MITEN SE TOTEUTETAAN?**

Seuraavaksi esittelen tutkimukseni taustaksi kuntalaisten osallistamista käsittelevää tutkimustietoa sekä sitä, millaisia mahdollisuuksia Internetin ja sosiaalisen median käyttö tutkimusten valossa tarjoaa osallistamisen toteuttamiseen. Näiden teemojen avulla pyrin tutkielmassani hahmottamaan valitsemani tapauksen kautta Instagramin käyttöä kuntalaisten osallistamiskeinona ja tarkastelen sitä näistä lähtökohdista yleisemmin ilmiönä, jossa sosiaaliselle medialle ominaisesti tekniikan kehitys ja yhteisöllisyys ovat merkittävässä roolissa.

### **2.1 Kuntalaisten osallistuminen**

Jotta kaavoitukseen ylipäättään on mahdollista osallistua, täytyy kaavoittajan, eli yleensä kunnan, tarjota toimijoille osallistumismahdollisuuksia eli osallistettava heitä. Osallistumisessa puolestaan on Roinisen, Horellin ja Wallinin (2003, 16-17) mukaan kyse näiden kaavoittajan tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämisestä, eli osallistumisesta kaavan valmisteluun virallisten kanavien kautta. Kaavoituksessa ei ole olemassa vain yhtä ”oikeaa” tapaa osallistua, ja Niininen (2008, 13) esittääkin, että tapauskohtaisesti tulisi huomioida niin toimijat kuin olosuhteetkin ja muokata osallistumismenetelmiä sen pohjalta. Hän haastaa suunnittelijoita kokeilemaan rohkeasti myös aivan

uudenlaisia toimintatapoja. Tätä sivuavat myös Kahila-Tani ja Kyttä (2017, 141) todeten erilaisten osallistumistyökalujen kokeilujen olevan usein lähtöisin suunnittelijoiden omasta kiinnostuksesta, mutta ne voivat myöhemmin myös vakiintua käyttöön.

Kuntalaisten osallistaminen kunnan asioiden suunniteluun ja päätöksentekoon on niin maankäyttö- ja rakennuslain (123/1999) kuin kuntalain (410/2015) osalta laeilla turvattu, ja niiden avulla pyritään antamaan kuntalaisille hyvät edellytykset vaikuttaa elinympäristönsä kehittämiseen vuorovaikutteisen suunnittelun kautta. Maankäyttö- ja rakennuslakia ollaan jälleen uudistamassa ja uudistuksen suuntaviivoja hahmottelevassa keskustelupaperissa (Ympäristöministeriö 2018) painotetaan osallisuutta ja osallisten vuorovaikutusta suunnitteluprosesseissa nimeten aktiivisesti toimivat kuntalaiset ”suunnittelun voimavaraksi”. Lisäksi luonnoksessa nostetaan esiin digitalisaation potentiaali, josta yhtenä esimerkkinä mainitaan sosiaalinen media ja sen tarjoamat mahdollisuudet synnyttää entistä laadukkaampaa ja vaikuttavampaa osallisuutta.

Arnsteinin (1969) mukaan kuntalaisten mahdollisuuksia osallistua kunnalliseen päätöksentekoon voidaan kuvata osallisuuden portaiden avulla. Hänen mukaansa osallisuutta voi olla monen tasoista, ja mitä ylemmäs portaita nousee, sitä enemmän yksilöllä on valtaa, vaikutusmahdollisuuksia ja toimijuutta. Alimmilla portailla kyse on lähinnä näennäisosallistumisesta, jossa kuntalaisille jaetaan informaatiota, ja alimpien tasojen yhteydessä puhutaan manipuloinnista sekä holhoamisesta. Ylemmäksi noustaessa muodollinen osallisuus saa konsultaation piirteitä toteutettavien kyselyiden ja foorumeiden ansiosta ja edelleen kuntalaisten saadessa lisää toimivaltaa dialogin lisääntyessä esimerkiksi kansalaisraadeissa nousee portaissa ylemmäs. Lopulta ylimmillä portailla kuntalaisilla on suuri rooli niin suunnittelussa kuin päätöksenteossakin. Osallisuuden portaita sovelletaan Suomessa myös useiden erityisryhmien, kuten lasten ja nuorten (esim. Turja 2010, THL 2019), heikossa asemassa olevien (esim. Jämsén & Pyykkönen 2014) sekä kehitysvammaisten (esim. Rouhiainen & Viinamäki 2015) osallisuuden tarkasteluun.

Vastakohtana edustukselliselle osallistumiselle, jossa valitsemamme edustajat ajavat asiaamme, osallistuva suunnittelu on luonteeltaan suoraa osallistumista, jossa toimijalla, kuten kuntalaisella on itse mahdollisuus osallistua suunnitteluprosessiin. Anttiroiko (2003, 15) näkee, että suoralla osallistumisella saadaan tyypillisesti selville sekä kansalaisten mielipiteitä suunnitelmista että täysin uusia ideoita suunnittelun tueksi. Osallistumiskeinoilla on vaikutusta myös siihen, millaiseksi kaavoittajan ja kuntalaisten välinen vuorovaikutus muodostuu. Roininen, Horelli ja Wallin (2003, 17-19) toteavat, ettei muodolliset osallistumistavat, kuten neuvottelut ja lausunnot tuota viranomaisille



vaikeuksia, mutta voidakseen aidosti osallistua vuoropuheluun, asukkaat kaipaavat osallistumiskeinoilta avoimuutta ja havainnollisuutta. Staffans (2004, 21) toteaa, ettei uusia vuorovaikutteisia toimintatapoja kuitenkaan ensimmäisenä olla ottamassa käyttöön kaupungeissa ja samaa tuo esiin myös Häikiö (2005, 118-119), joka puhuu uudennaisiin osallistumiskeinoihin liittyvästä ”normalisoinnin paineesta”. Tällä Häikiö tarkoittaa, että keinoiksi pyritään valitsemaan sellaisia, joiden avulla voidaan välttää ristiriitojen syntyminen.

Leino (2006, 104) havaitsi Tampereen Vuoreksen tapauksessa perinteisen osallistumiskeinon, yleisötilaisuuksien, voivan olla ennalta pitkälti suunniteltuja virkamiesten ja konsulttien kontrolloidessa jopa puheenvuoroja ja suunnittelusta käytävää keskustelua, estäen näin suunnittelun vuorovaikutteisuutta toteutumasta. Staffans (2004, 244) on myös havainnut, ettei runsas osallistuminenkaan välttämättä takaa, että asukkaiden ja suunnittelun välille syntyisi aitoa vuoropuhelua. Lisäksi, koska suunnittelijat lähestyvät suunnittelukohteena olevaa aluetta ulkopuolisina ja asukkaat puolestaan ovat siinä vahvasti ”sisällä”, heidän tuottamansa tieto eroaa suuresti toisistaan ja on vaarana, ettei nämä kaksi näkökulmaa kohtaa suunnittelussa.

Kotimaisessa tutkimuksessa on lähestytty viime vuosikymmeninä kansalaisten osallistumista asuinalueiden suunnitteluun monesta eri näkökulmasta. 1980-luvulla tutkimus keskittyi muun muassa yhteistyömuotoihin (esim. Harju 1988, Uusikulku & Hynynen 2000), kun taas 1990-luvulla mielenkiinto kohdistui osallistuvan suunnittelun kokeiluihin (esim. Paldanius 1997, Vehmas 2000, Kettunen 2002). Syrjänen (2005) puolestaan peräänkuulutti yli vuosikymmen sitten kaavoitukseen lisää vuorovaikutusta ja suoran ja osallistuvan demokratian muotoja. Kun tarve ja kiinnostus erilaisille osallistumismenetelmille havaittiin myös tutkimuksissa, heräsi mielenkiinto täysin uudenlaisten menetelmien kehittämiseen, esimerkiksi Internetiä ja paikkatietoa hyödyntäen (kts. esim. Kyttä & Kahila 2006, Bamberg 2012). Toisaalta myös asukkaiden mielipiteitä osallistumisesta on ryhdytty tutkimaan. Esimerkiksi Toivosen (2004) kiinnostuksen kohteena on ollut asukkaiden toiveet osallistumiskeinojen laadusta ja määrästä.

Leino (2006, 77-88) havaitsi Tampereen Vuoreksen suunnittelua käsittelevässä tutkimuksessaan eri tavoin toimivien aktiivisten osallisten lisäksi hiljaisen enemmistön olemassa olon. Hiljainen enemmistö kuvattiin virkamiesten puheissa tavallisiksi kansalaisiksi, jotka kokevat kaupunkisuunnittelun positiivisena ja eteenpäin vievänä, mutta eivät kuitenkaan itse jaksaa ottaa siinä aktiivista roolia. Kyttä ja Kahila (2006, 59) katsovat, että osallistumismenetelmien laadulla on suuri merkitys osallistumisintoon, ja lisäksi oman haasteensa tuo saada kiireiset ihmiset kiinnostumaan ja

osallistumaan. He toteavat saman kuin Leino edellä - vain kaikkein aktiivisimmat asukkaat saadaan usein mukaan osallistumishankkeisiin. Myös monien erityisryhmien osallistumiseen liittyy omat haasteensa. Rytioja Kallio (2018) havaitsivat tutkimuksessaan, että suuri osa suomalaisnuorista kokee vaikutusmahdollisuutensa heikoiksi ja tutkijat ehdottavatkin keskittymistä ”arjessa tapahtuvan ja kehittyvän kansalaisuuden tukemiseen”, sen sijaan että kehitetään vain tiettyjä ryhmiä, tässä tapauksessa nuoria osallistavia rakenteita. Kallio (2012, 136) toteaa, ettei lapsilla ja nuorilla ole aikuisiin verrattuna yhtäläisiä mahdollisuuksia osallistua poliittiseen päätöksentekoon. Alaikäisten mukaan ottaminen suunnittelu- ja arviointiprosesseihin koetaan tarpeelliseksi, ja esimerkiksi Oulussa osallistamista on pyritty toteuttamaan nuorisovaikuttamisen mallia kehittämällä. Leino (2000, 14-15; 2006, 147-148) näkisi myös, että ”pienimuotoinen ja spontaani” osallistuminen tulee kasvattamaan suosiotaan, ja esimerkiksi Vuoreksessa asukkaat kaipasivat ”arkisia ja epämuodollisia” tapoja osallistua. Leino ajatteleekin vaikuttamisen muuttuvan vääjäämättä ”hetkelliseksi ja fokuoituneeksi”, ihmisten sovittaessa sitä osaksi elämäänsä. Kaipaisiko juuri hiljainen enemmistö tai kiireistä arkea elävät kuntalaiset uusia teknologian kehityksen mahdollistamia osallistumisen tapoja, joiden laatu, tässä tapauksessa ehkä juuri nopeus, helppous sopisi heidän elämäntyyliinsä ja saisi heidät innostumaan osallistumisesta?

Kuvia on käytetty kaupunkisuunnittelussa hyväksi jo pidemmän aikaa, ja niiden avulla on pyritty esimerkiksi havainnollistamaan laadittuja suunnitelmia. Karppi ja Palander (2013, 457) kuvaavat, kuinka Lempäälän keskustan kehittämisen yhteydessä kymmenisen vuotta sitten keskustajaaman suunnittelu- ja kehittämistyössä otettiin käyttöön uudenlaisia lähestymistapoja. Kuntalaisten oli mahdollista muun muassa osallistua verkkopaneeliin, jossa avointen kysymysten lisäksi vastaajia pyydettiin nimeämään hyviä ja huonoja puolia kahdesta vaihtoehtoisesta suunnitelmasta niistä esitettyjen kuvien perusteella. Myöskään omien mielipiteiden ilmaisu kuvien kautta ei ole suunnitteluhankkeissa täysin vierasta, sillä Nummi (2007, 64; emt. liite 1, 19) kertoo Espoon keskuksen kehittämisfoorumin yhteydessä luodusta kuvagalleriasta, johon kuntalaiset pystyivät vapaasti julkaisemaan Espoon keskuksesta ottamiaan kuvia ja lisäksi kommentoimaan siellä jaettuja kuvia. Toisaalta kuvat voivat olla myös itse piirrettyjä, kuten Lempäälässä koululaisilta pyydetyt piirroksen siitä, millaiseksi he näkevät elämän Lempäälän keskustassa vuonna 2020 (Henriksson 2008, 14). Valokuvat eivät kuitenkaan tarjoa täysin yksiselitteistä tapaa mielipiteenilmaisuun, sillä sekä kuvaajan omat valinnat että kuvan tulkitsijan tausta vaikuttavat siihen, millaista informaatiota kuva lopulta suunnittelijoille tarjoaa (kts. esim. Rose 2007, 12-22). Edelleen, Luukkonen (2017, 265-266) toteaa valokuvan tulkintaan vaikuttavan osaltaan myös sen esitysyhteys, eli missä ja miten valokuva esitetään.

## 2.2 Internet ja sosiaalinen media osallistamisen välineinä

Internet tuli 2000-luvun taitteessa laajemmin mukaan suunnitteluprosesseihin ja osallistavan suunnittelun tueksi, ja uuden informaatioteknologian myötä mahdollistui myös uudenlaisten osallistamistapojen kehittäminen ja kehittyminen (Bamberg 2005, 12; Nummi 2007, 32). Aiemmin sen käyttö liittyi niin Suomessa kuin ulkomaillakin Nummen (2007, 32) mukaan lähinnä erilaisia osallistuvan suunnittelun Internet-sovelluksia kehittäviin tutkimushankkeisiin, sillä kuten Bäcklund, Häkli ja Schulman (2017, 5) toteavat, 2000-luvun alussa sosiaalinen media ilmiönä oli uusi eikä sen potentiaalia osallistumiskanavana vielä osattu hahmottaa.

Vuosikymmen sitten verkko-osallistumisen helppouden uskottiin tuovan osallistumisen piiriin uusia ryhmiä (esim. Kyttä & Kahila 2006, 59). Toivosen (2004, 34) mukaan Internetiä hyödyntäviä menetelmiä toivoivat tuolloin erityisesti alle 50-vuotiaat työssäkäyvät ihmiset, yli 60-vuotiaista vastaavan toiveen esitti vain harva. Tätä nykyä vaikuttaakin jo vakiintuneelta käytännöltä kerätä esimerkiksi verkkokyselyn avulla kuntalaisten mielipiteitä suunnittelun tueksi.

Nummi (2007, 33) toteaa tutkimuksessaan vuosikymmen sitten, että Internetistä on tullut ”sosiaalisen vuorovaikutuksen paikka”. Tällaista Internetin käyttötyyliä kuvaa nimitys social web, eli sosiaalinen verkko. Sosiaalisessa verkossa Internetin avulla solmitaan ja pidetään yllä sosiaalisia kontakteja ja jaetaan toisille tietoa, esimerkiksi Facebookin ja erilaisten kuvien jakamiseen keskittyvien sovellusten, kuten Instagramin avulla (kts. esim. Treese 2006, Manno & Shahrabi 2010). Nummi (2007, 33) esitti, ettei Internet tapahtuneen kehityksen myötä enää ole pääasiassa tiedon etsimisen vaan enenevästi tiedon kehittämisen ja jakamisen paikka. Lisäksi hän arveli tuolloin, että myös verkko-osallistumissovelluksissa tullaan yhä enemmän hyödyntämään sosiaalista verkkoa. Vuosikymmen myöhemmin Nummi (2018, 102) toteaakin sosiaalisen median käytön yleistyneen ja uudenlaisia palveluita on otettu käyttöön sosiaalisen median tultua osaksi arkea suurelle osalle ihmisistä. Hänen mukaansa se tarjoaa kaupunkisuunnittelijoille mahdollisuuden kommunikoida kuntalaisten kanssa ja selvittää heidän kokemuksiaan, mielipiteitään ja tunteitaan.

Internet tarjoaa vuorovaikutusmahdollisuuksia, jotka muuttavat arkielämän ohella osallistumisen ja kansalaisvaikuttamisen kenttää ja luo yksilöille uudenlaisia mahdollisuuksia julkisesti ilmaista omia näkemyksiään. Asuinalueiden suunnitteluun ja osallistumiseen liittyvissä tutkimuksissa on myös noussut esiin tarve ja kiinnostus Internetin hyödyntämiselle osallistumiskanavana (esim. Kyttä & Kahila 2006, Toivonen 2004). Kyttä ja Kahila (2006, 59) toteavat, että Internetin vahvuutena

osallistumisen tukemisessa pidetään sen vaivattomuuden lisäksi mahdollisuutta anonymiteettiin, sillä kaikki meistä eivät koe esimerkiksi asukastilaisuuksiin osallistumista omalle persoonalleen miellyttäväksi.

Honkala ja Nissinen (2012) ovat tutkineet sosiaalisen median mahdollisuuksista kansalaisvaikuttamisessa ja toteavat sosiaalisen median muuttaneen kansalaisvaikuttamisen kenttää merkittävästi. Sosiaalinen media on tuonut vaikuttamiseen lisää mahdollisuuksia, vaikuttamisen kanavia ja keinoja, ja kansalaisten nähdään myös aktivoituneen toimijoina sosiaalisen median myötä. Lisäksi madaltuneen kynnyksen, helppouden ja nopeuden ansiosta entistä useampi uskaltaa vaikuttaa. (emt., 73; 76). Salmijärvi (2014, 34) toteaa, ettei sosiaalinen media kuitenkaan ole kaikille ”luontevin kanava” vaikuttaa, minkä vuoksi osallisuuden näkökulmasta onkin tärkeää, että jokaisen on mahdollisuus valita erilaisten vaikuttamisen keinojen ja areenojen välillä.

Osallistamista tukemaan on kehitetty erilaisia sosiaalista mediaa hyödyntäviä digitaalisia työkaluja. Mäenpää, Faehnle ja Schulman (2017) toteavatkin, että sosiaalisen median myötä vuorovaikutteisessa suunnittelussa on mukana uudenlainen kansalaisten aktivismin synnyttämä neljänneksi sektoriksi nimetty toimija. Lisäksi sosiaalisen median käyttö mahdollistaa Kahila-Tanin ja Kytän (2017, 137-138; 142-143) mielestä osallistamisen ja vuorovaikutuksen syntymisen jo suunnitteluprosessin alussa, jolloin ideoiden ja ajatusten vaihto toimijoiden kesken saadaan varhain käyntiin Tätä suunnittelun varhaisen vaiheen tärkeyttä korostetaan myös maankäyttö- ja rakennuslain uudistamislunonnoksessa (Ympäristöministeriö 2018, 10), jossa osallisilta saatava paikallinen tieto, kuten asukkaiden kokemuksen ja näkemykset, halutaan kytkeä suunnitteluprosessiin heti alkuvaiheessa. Yksi esimerkki sosiaalisen median tarjoamista osallistumismahdollisuuksista on Facebookiin perustetut ”Lisää kaupunkia ...”-ryhmät, joita on jo lähes kaikilla suurimmilla suomalaisilla kaupungeilla, ja joissa asukkaat ja asiantuntijat voivat keskustella yhdessä kaupunkien kehittämisestä. Mäenpää, Faehnle ja Schulman (2017, 241) luokittelevat kyseiset kaupunkisuunnitteluryhmät tila-aktivismiksi, joka osana kaupunkiaktivismia pyrkii tilojen muokkaamiseen.

Älypuhelinien yleistymisen mahdollistaa niiden hyödyntämisen myös osallistamisessa. Tilastokeskuksen (2017, 7) mukaan suomalaisista jo 77 prosenttia käyttää älypuhelimia ja älypuhelinien yleistymisen on edelleen nopeaa, viisi prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Alle 55-vuotiaista älypuhelin löytyy jo 94 prosentilta. Lisäksi Lehmuskallion (2012, 12) mukaan ihmisten

ottamien kamerakuvien määrä on kasvanut merkittävästi, ja Facebook ja muut sosiaaliset verkostot ovat muodostuneet tärkeiksi kuvien jakamisen paikoiksi.

Sosiaalisen median suuret käyttäjämäärät ja mobiilikäytön kasvu tekevät niistä houkuttavia myös osallistamisen näkökulmasta. Esimerkiksi Facebookin päivittäisten mobiilikäyttäjien määräksi raportoitiin joulukuussa 2016 maailmanlaajuisesti 1,15 miljardia, mikä on 23 % edellisvuotista enemmän. Kaikkiaan mobiilikäyttäjää on noin 1,74 miljardia. Kaikkiaan kuukausittain aktiivisia Facebook-käyttäjää oli vuoden 2018 lopussa kaikkiaan yli 2,32 miljardia, yhdeksän prosenttia edellisvuotista enemmän. Valokuvia ladataan Facebookiin 300 miljoonaa joka päivä ja 136 000 joka minuutti. (Zephoria 2019). Havainnollistamaan Facebookiin ladattujen kuvien määrän huimaa kehitystä voi ottaa Lehmuskallion (2012, 12) työssään esittämät vastaavat Facebookin raportoidut tilastot vuodelta 2007, minkä mukaan käyttäjien lataamien valokuvien yhteismäärä oli 1,7 miljardia ja vastaavasti vuonna 2010 käyttäjät latasivat Facebookiin joka kuukausi yli 2,5 miljardia uutta valokuvaa. 2010-luvulla ladattavien kuvien määrä on kasvanut moninkertaisesti, mikä kertoo selvästi ihmisten kiinnostuksesta kuvien ottamiseen ja jakamiseen sosiaalisessa mediassa.

Vuonna 2010 perustettu Instagram keskittyy mobiilisti tapahtuvaan kuvien ja videoiden jakamiseen. Instagramilla oli vuoden 2018 syyskuussa noin miljardi kuukausittaista ja 500 miljoonaa päivittäistä käyttäjää ja noin 50 miljardia jaettua valokuvaa, määrän kasvaessa päivittäin yli 100 miljoonalla uudella valokuvalla (Omnicores 2019). Instagramin kuvien jaossa keskeistä on merkitä jaettu kuva avainsanoilla eli aihetunnisteilla (esim. #tampere). Kun julkaisuun on merkitty aihetunniste, sitä napauttamalla voi nähdä muiden henkilöiden samalla avainsanalla lataamat kuvat. Yhtä julkaisua kohti on mahdollista käyttää 30 avainsanaa, ja niiden huolellisella valinnalla kuvat tavoittavat ”samanhenkiset” Instagram-käyttäjät. (Instagram 2018). Avainsanojen käyttöön osin liittyen, Luukkonen (2017, 265-266) mainitsee valokuviiin liitettyjen tekstien olevan erityisen merkittäviä niiden tulkinnan kannalta.

Sosiaalisen median käytössä tapahtuu kuitenkin myös nopeita muutoksia. Ebrand Group Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden (2019) teettämän, koko Suomen kattavan kyselyn perusteella suomalaisista 13-29-vuotiaista nuorista Instagramia käyttää 79 %, sen ollen kolmanneksi suosituin sosiaalisen median palvelu. Sen sijaan Facebookin käyttö hiipuu koko ikäryhmässä. Vuonna 2012 Facebookia käytti nuorista 92 % ja vuonna 2016 81 %, mutta vuoden 2019 alussa enää 57 %. Lisäksi avoimissa vastauksissa Facebookia luonnehditaan aikuisten paikaksi, ja ”hyväksi someksi” puolestaan koetaan sellainen, jossa on saman ikäisiä ihmisiä sekä mahdollisuus kuvien jakamiseen ja

kommentointiin. Nuorten sosiaalisen median käyttöä on tutkittu myös yhdysvaltalaisnuorten keskuudessa samansuuntaisin tuloksin. Andersonin & Jiangin (2018) mukaan Facebook on menettänyt asemansa suosituimpana sosiaalisen median palveluna. 13-17-vuotiaista yhdysvaltalaisnuorista 72 % käyttää Instagramia, joka on kaikkiaan toiseksi suosituin nuorten käyttämistä sosiaalisen median kanavista Facebookin ollessa neljäntenä 52 %:n käyttäessä sitä. Yhdysvaltalaisen aikuisten keskuudessa Facebook on Smithin ja Andersonin (2018) mukaan kuitenkin edelleen suosittu 68 %:n käyttäessä sitä. Instagramia sen sijaan käyttää vain 35 % kaikista aikuisista, mutta tarkasteltaessa nuoria 18-24-vuotiaita aikuisia, Instagramia käyttävien osuus on 71 %. Sosiaalisen median kanavissa on siis havaittavissa eroja eri-ikäisten käyttäjien mieltymyksissä niin Suomessa kuin laajemminkin.

Kuviin perustuvaa kuntalaisten osallistamismenetelmää suunniteltaessa suunnittelijoiden on hyvä tiedostaa myös kuvantulkinta ja sen tuomat haasteet, sillä Rosen (2007, 22) mukaan jokainen meistä näkee kuvat omalla tavallaan kokemustensa valossa. Instagram-kuvien osalta kannattaa huomioida myös mahdollinen kuvankäsittely. Kuvien muokkaaminen onnistuu Instagramissa helposti erilaisia suodattimia lisäämällä (Instagram 2018) tai käyttämällä kuvien muokkaamiseen erikseen ladattavissa olevia sovelluksia, kuten VSCO ja Afterlight, joilla voi muokata esimerkiksi kuvien värejä, valotusta, kontrasteja tai suoristaa vaikkapa maisemakuvan horisontin.

Instagramin käytön yleistyttyä nopeasti, sitä on alettu hyödyntää myös tutkimuskohteena, erityisesti kaupunkia käsittelevissä tutkimuksissa. Esimerkiksi Boy ja Uitermark (2016) ovat käyttäneet hyväkseen Instagramia tutkiessaan kaupunkien sosiospatiaalisuutta julkaistujen kuvien paikkatiedon ja verkostojen kautta. He tutkivat sitä, millaisia paikkoja kööpenhaminalaiset ja amsterdamilaiset Instagram-käyttäjät lisäsivät aihetunnisteilla jakamiinsa kuviin ja pyrkivät myös ryhmittelemään kuvia jakavia käyttäjiä analysoimalla heidän tykkäyksien ja kommentien kautta syntyviä verkostoja useampien käyttäjien välillä. Silva, Vaz de Melo, Almeida, Salles ja Loureiro (2013) ovat puolestaan tutkineet kaupunkien dynamiikkaa ja urbaania sosiaalista käyttäytymistä Instagramiin julkaistujen kuvien avulla. Jaettujen kuvien suuri määrä mahdollistaa heidän mukaan käyttäjien käyttäytymisen analysoimisen sekä ajallisen ja spatiaalisen kuvien jakamisen säännönmukaisuuksien selvittämisen.

Instagramin käyttökelpoisuus osallistumis- ja osallistamiskanavana on myös selvästi huomattu. Instagram-kuvahaaste on useissa tapauksissa toiminut tietyn teeman mukaisten kuvien jakamisessa, kuten esimerkiksi vuonna 2017 Suomi100-kesäkuvahaasteessa, jossa haluttiin koota juhluvuoden kunniaksi suomalaisten kesätunnelmia kuvamuodossa yhteen aihetunnisteella #suomi100kesä

(Suomifinland100 2017a) tai Suomi100 liikkuu-kuvahaasteessa, jossa vastaavasti koottiin kuvia liikunnan ilosta aiheuttuneella #suomi100liikkuu (Suomifinland100 2017b). Instagramin kautta on mahdollista osallistua myös tapahtumiin, kuten Lux Helsingin yhteydessä yhteisölliseen valohaasteeseen, jossa parhaat #valohaaste -tunnisteella jaetut ideat on palkittu jo useampana vuonna (Lux Helsinki 2018). Instagramin avulla on osallistumismahdollisuuksien lisäksi mahdollista myös osallistaa ihmisiä. Muistojen Nikkilä-projektissa Sipoon kaupunki antoi asukkaille mahdollisuuden karttakyselyn ohessa myös sosiaalisen median avulla kertoa omia muistojaan ja arvioitaan Nikkilän rakennus- ja kulttuurihistoriallisista kohteista. Twitter- ja Facebook-”väylien” lisäksi Instagramissa kuvia julkaistiin #muistojennikkilä ja #minnenasnickby-tunnisteilla, Sipoon kaksikielisyys huomioiden. Kaikkien väylien kautta kerättyjä kuntalaisten mielipiteitä hyödynnettiin muun muassa Nikkilän kehityskuvan laadinnassa. Paikkamuistojen kautta haluttiin ymmärtää kulttuuriympäristöön liittyviä merkityksiä. Nikkilän projektin yhteydessä puhuttiin myös joukkoistamisesta, yhteisöllisestä ongelmanratkomisesta ”joukkojen tietämystä hyödyntämällä”. Vastaava projekti toteutettiin myös Sipoon toisessa kuntakeskuksessa Söderkullassa. (Nummi 2018, verkko-osallistuminen.fi 2019)

### **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

#### **3.1 Tutkimustehtävä**

Tutkimukseni kohteena on Valkeakosken eteläisen keskustan, Kanavanrannaksi nimetyn suunnittelualueen kehittämishankkeessa tähän mennessä käytetyt perinteisten osallistamiskeinojen, kuten yleisötilaisuuksien ja kirjallisen mielipiteen ilmaisun lisäksi käyttöön otetut kuntalaisten osallistamiskeinot ja erityisesti täysin uuden osallistamiskeinon, Instagram-kuvahaasteen toteutuksen ja käyttömahdollisuuksien selvittäminen. Älypuhelinien yleistyttyä sosiaalinen media on tullut monilla meistä osaksi arkea ja puhelimen kulkiessa mukana on sosiaalisen median käytöstä tullut myös paikasta riippumatonta. Sosiaalisen median avulla kuntalaisille voidaan tarjota myös uudenlaisia, helppoja ja nopeita mahdollisuuksia osallistua oman asuin- ja elinympäristönsä suunnitteluun. Tulevaisuudessa oman mielipiteensä voisi ilmaista yhtä hyvin iltakävelyn yhteydessä sosiaaliseen mediaan julkaistulla kuvalla kuin osallistumalla kuulemistilaisuuteen. Samassa yhteydessä sosiaalisen median mukanaan tuomien mahdollisuuksien kanssa on myös tärkeää pohtia, eriarvoistaako sosiaalista mediaa hyödyntävät osallistamiskeinot kuntalaisia, ja miten uudet

osallistamiskeinot tulisi käyttöönottaa osaksi kuntalaisten osallistamista, jotta eriarvoistumista ei syntyisi.

Valkeakosken Kanavanrannan kehittämishankkeen kautta tutkin, millä tavoin kuntalaisten mielipiteitä on kerätty alueen suunnittelutyön tueksi ja etenkin millä visuaalisilla keinoilla perinteisen kirjallisen palautteen sijaan tai sen ohessa kuntalaiset voivat kertoa mielipiteitään suunnittelijoille. Yksityiskohtaisemmin tarkastelen, millainen Instagram-kuvahaasteen toteutus on prosessina ja millaisia ajatuksia kehittämishankkeen parissa työskenteleville on muodostunut Instagram-kuvahaasteesta ja ylipäättään uudenlaisten osallistamiskeinojen tarpeellisuudesta perinteisiin menetelmiin verrattuna sekä millaiseksi suunnittelijat näkevät sosiaalisen median ja Instagramin käytön mahdollisuudet osallistamisessa. Kehittämishankkeen kokemusten kautta tarkastelen Instagramin käyttöä suoran osallistamisen keinona yleisemmällä tasolla ilmiönä.

Lähestyn aihetta valitsemani esimerkkitapauksen avulla seuraavien tutkimuskysymysten kautta:

1. Mitä uuden osallistamistradition menetelmiä Kanavanrannan suunnittelussa on hyödynnetty?
2. Mitkä osallistamisen ulottuvuudet painottuvat kuvahaasteen prosessissa?
3. Miten kuvahaasteesta saatavaa informaatiota voidaan käyttää suunnittelutyössä?
4. Miten kuvahaaste suhtautuu perinteisiin osallistamismenetelmiin?

Lisäksi alkuperäinen suunnitelmani oli selvittää, millaiseksi kehittämisraatiin osallistuneet kuntalaiset kokivat muiden kuntalaisten jakamat kuvat ja niiden avulla ilmaissut mielipiteet raadissa työskentelyn näkökulmasta. Koska kehittämisraadın työskentelyssä ei kuitenkaan oltu huomioitu kuvahaasteen tuloksia kuvien vähäisestä määrästä johtuen yleisesittelyä enempää, raatilaisten haastattelu koettiin tarpeettomaksi. Tämän vuoksi vaihdoin näkökulmaa ja tiedustelin asiaa suunnittelijoiden näkökulmasta:

5. Miten Instagram kuvahaasteen informaatiota voisi hyödyntää kehittämisraadın työskentelyssä?

Tutkimukseni tavoitteena on Instagram-kuvahaasteen kokemusten pohjalta laajemmin ilmiötasolla, millainen sosiaalisen median kautta tapahtuva, kuviin perustuva osallistamiskeino on, millaiset ovat sen käyttömahdollisuudet ja mitä huomionarvoista siihen liittyen nousee tutkimuksessa esiin. Lisäksi



selvitän, miten kuvallisen informaation tulkintaa on syytä huomioida sosiaalisen median kautta jaettavien kuvien yleistyessä osallistumiskeinona.

Tulosten perusteella pohdin laajassa kontekstissa, miten esimerkkitapauksesta saatujen kokemusten pohjalta on löydettävissä Instagram-kuvahaasteen osallistamismenetelmänä käyttöön liittyen konkreettisia käytäntöjä, joiden avulla vastaavaa menetelmää on mahdollisuus soveltaa jatkossa muihin suunnittelutapauksiin. Sosiaalisen median tullessa yhä enemmän osaksi ihmisten arkea, on luonnollista, että sen potentiaalia myös osallistamisvälineenä tullaan tulevaisuudessa entistä laajemmin pohtimaan ja epäilemättä myös käyttämään. Koska sosiaalisessa mediassa jaettujen kuvien määrä on kasvanut nopeasti, on nimenomaan kuvien jakamista hyödyntävien sosiaalisen median sovellusten käytössä suurta potentiaalia. Jo nyt monien suurempien kaupunkien kaupunkisuunnittelulla on omat Facebook-sivut, joten sosiaalisen median aikakausi on jo käynnissä. Tulevaisuudessa osallistamista tullaan korostamaan ja edellyttämään enenevässä määrin, kuten Maankäyttö- ja rakennuslain uudistamisen suuntaviivoissa (Ympäristöministeriö 2018) hahmotellaan ja tekniikan aikakauden ihmisille luontevia osallistumismuotoja tullaan siis varmasti lähitulevaisuudessa kehittämään yhä runsaammin ja monipuolisemmin.

### **3.2 Aineisto**

Tutkimusaineistoni koostuu Valkeakosken kaupungin eteläisen keskustan Uudistuva Kanavanranta-kehittämishankkeessa käytettävien kuntalaisten osallistamiskeinojen tarkastelun osalta Valkeakosken kaupungin Internet-sivuilla (Valkeakoski 2019a) vapaasti luettavissa olevista alueen suunnittelua koskevista dokumenteista ja raporteista. Aineiston muodostaa raportit teetettyjen HARAVA-kyselyiden tuloksista (Uudistuva kanavanranta 2017a, 2017d), kuvahaastetta koskevasta materiaalista (Uudistuva kanavanranta 2017b, 2017c) sekä kehittämishankkeen virallisen Internet-sivuston sisällöstä (Valkeakoski 2019a). Lisäksi taustamateriaalina tutustuin myös muihin alueesta teetettyihin suunnitelmiin - liikennesuunnitelmaan (Valkeakoski 2016a), kulttuuriympäristöselvitykseen (Valkeakoski 2016b), venesatamasuunnitelmaan (Valkeakoski 2016c), eteläisen keskustan asemakaavamuutokseen (Valkeakoski 2019b) sekä eteläisen keskustan suunnittelun päätöspöytäkirjaan (Valkeakoski 2015).

Tarkempaan tarkasteluun valitsemani täysin uuden osallistamismenetelmän, Instagram-kuvahaasteen osalta aineiston muodostaa Uudistuva Kanavanranta-kehittämishankkeen alkuvaiheessa vuosina

2015-2018 työskennelleiden henkilöiden asiantuntijahaastattelut. Aineistonkeruu oli harkinnanvaraista ja suoritettiin eliittiotannalla, jolloin osallistujiksi valikoitui Tuomen ja Sarajärven (2018, 99) ohjeistuksen perusteella vain sellaiset henkilöt, joilla oli paras tieto tutkittavasta aiheesta, eli tässä tapauksessa omakohtaista kokemusta Instagram-kuvahaasteen suunnittelusta ja toteutuksesta osana kuntalaisten osallistamista alueen suunnitteluun. Tutkimukseni otoskoosta muodostui väistämättä varsin pieni, mutta Eskola ja Suoranta (2008, 18) pitävät laadullisessa tutkimuksessa tyypillisenä, että tutkittavia tapauksia on vähän, todeten edelleen, että ne analysoidaan yleensä pienestä määrästä johtuen perusteellisesti.

Haastateltavia oli lopulta neljä henkilöä, jotka muodostivat Valkeakosken Uudistuva Kanavanranta-eteläisen keskustan kehittämishankkeessa ”työryhmän”, joka vastasi osallistamisen järjestämisestä sekä uusien osallistamistapojen ideoinnista ja käyttöönotosta. Lopulliset haastateltavat olivat Valkeakosken kaupungin kaupunkisuunnittelun ja kaavoituksen nykyistä ja entistä henkilöstöä; kaavoitusarkkitehti, maankäytön päällikkö ja kaavoitusavustaja, sekä hankkeessa ulkopuolisena konsulttina toiminut arkkitehti, jolla on runsaasti kokemusta kuntalaisten osallistamisesta. Osalla kaupunkisuunnittelun ja kaavoituksen henkilöstöstä ei ollut hankkeen osallistamistoimenpiteissä minkäänlaista roolia, vaan heidän vastuullaan on olleet suunnittelualueen tekniset ratkaisut, minkä vuoksi heidät jätettiin tutkimuksessa haastattelemaan. Neljän henkilön valinta haastateltaviksi oli tästä syystä perusteltua ja aineistosta muodostui tutkittavan ilmiön osalta kattava (kts. Eskola & Suoranta 2008, 60). Käytännössä haastattelin kaikki Instagram-kuvahaasteen parissa työskennelleet, joille Instagramin käytöstä kuntalaisten osallistamisessa oli syntynyt kokemuksia ja näkemyksiä Uudistuva Kanavanranta-hankkeen osalta.

### **3.3 Tutkimusmenetelmät**

Tutkimukseni on kvalitatiivinen eli laadullinen ja tyypiltään empiirinen, minkä osalta Tuomi ja Sarajärvi (2018, 26) korostavat aineistonkeruun ja sen analysoinnin tärkeyttä. Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään muun muassa kuvaamaan ilmiöitä ja antamaan niille tulkintoja, sen sijaan että tavoitteena olisi tilastolliset yleistykset. Tuomen ja Sarajärven (2018, 98) mukaan laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että siihen osallistuvat henkilöt tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on siitä omakohtaista kokemusta. Näistä lähtökohdista onkin perusteltua käyttää osallistujien valinnassa harkintaa.

Tutkimukseni on tapaustutkimus, joka koostuu kahdesta osasta. Ensiksi perehdyin dokumenttianalyysin avulla Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelusta saatavilla oleviin dokumentteihin ja suunnitelmiin ja tutkin, millä tavoin hankkeessa on osallistettu kuntalaisia perinteisten osallistamiskeinojen, kuten yleisötilaisuuksien ja kirjallisen palautteenannon sijaan tai niiden ohella. Dokumenttianalyysillä tarkoitetaan sisällönanalyysia (esim. Tuomi & Sarajärvi 2018, 117), jonka avulla muodostetaan suunnitteluaineiston avulla käsitys hankkeessa toteutetusta kuntalaisten osallistamisesta. Se mahdollistaa myös haastatteluiden avulla tutkimukseni toisessa osassa saatujen tulosten täydentämisen.

Tutkimukseni toisessa osassa tarkastelin yksityiskohtaisesti Instagram-kuvahaastetta ja selvitin Kanavanrannan kehittämishankkeen asiantuntijoiden haastatteluiden avulla Instagramin käyttöä osallistamiskeinona ja tätä kautta pystyin ymmärtämään syvällisemmin tutkittavaa ilmiötä, eli sosiaalisen median ja erityisesti Instagramin tarjoamia mahdollisuuksia tavoittaa kuntalaisten mielipiteitä. Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu on yksi laadullisen tutkimuksen yleisimmistä menetelmistä. Haluttaessa selvittää ihmisten ajatuksia tai syitä heidän toiminnalleen, on Tuomen ja Sarajärven (2018, 83-84) mielestä yksinkertaisinta kysyä asiaa heiltä itseltään.

Toteutin haastattelut haastateltavien työpaikoilla elokuussa 2018 ja ne kestivät kukin noin 40-60 minuuttia. Haastattelut sovittiin haastateltavien kanssa etukäteen puhelimitse tai sähköpostitse mikäli haastateltava oli vaikea tavoittaa puhelimitse. Heille toimitettiin myös etukäteen tiedoksi haastattelun teemat, jotka käsittelivät Instagram-kuvahaasteen toteutusta, kuvien käyttöä ja sosiaalisen median potentiaalia osallistamisen näkökulmasta.

Teema 1. Instagram-kuvahaaste prosessina

Teema 2. Kuvahaasteen tuottama informaatio ja sen käyttö suunnittelutyössä

Teema 3. Instagramin (sosiaalisen median) mahdollisuudet osallistamistyökaluna

Tuomi ja Sarajärvi (2018, 87-88) ohjeistavat etenemään puolistrukturoidussa teemahaastattelussa tiettyjen etukäteen valittujen teemojen ja niitä tarkentavien kysymysten avulla (ks. myös Hirsjärvi & Hurme 2010, 66-67). Valitsemani teemat pohjautuvat aiemmin esittämiini tutkimuskysymyksiin. Pyrkimykseni oli pitää keskustelu mahdollisimman vapaana, mutta etukäteen valittujen teemojen ja niihin tarvittaessa liittyvien tarkentavien kysymysten avulla varmistin, että kaikkien haastateltavien

kanssa keskusteltiin tietyt ennalta määritellyt aiheet, joihin tutkimuksessa lähdin hakemaan vastauksia. Haastattelun pitämistä mahdollisimman avoimena puolsi se, että uuden ilmiön kohdalla ei välttämättä osaa ennalta laatia kysymyksiä, joilla kaikki relevantti tieto saadaan kerättyä. Ilmiöön voi liittyä paljon sellaista arvokasta, mikä tulee ilmi vapaan keskustelun edetessä. Kaikkien haastateltavien kanssa pyrin kuitenkin etenemään pääpiirteissään saman kaavan mukaan esittäen samat kysymykset samassa järjestyksessä, kuitenkin avointa keskustelua kysymysten välissä hyödyntäen. Mikäli esimerkiksi vastauksessa ilmeni mielenkiintoinen seikka, josta halusin kuulla lisää, tartuin esiin nousseeseen aiheeseen ja esitin jatkokysymyksen. Haastattelurunko, jossa on sekä ennalta toimitetut teemojen mukaiset kysymykset sekä haastattelutilannetta varten haastattelun tueksi laaditut apukysymykset ovat kokonaisuudessaan liitteessä 1.

Teemahaastattelun käytännön toteutuksen suunnittelussa tukeuduin Hirsjärven ja Hurmeen (2010) laatimaan kattavaan ohjeistukseen. Nauhoitin kaikki haastattelut haastateltavien luvalla ja aineiston käsittelyn aloitin litteroimalla kaiken haastatteluissa puhutun kirjalliseen muotoon aineiston analysoimisen helpottamiseksi. Litteroidut haastatteluaineistot analysoin aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla, jossa kerättyä aineistoa selkeytetään ryhmittelemällä aineistosta samantapaiset asiat eri tavoin ilmaistuina samaan luokkaan, ja luokittelulla tiivistämään aineistoa yleisempiin käsitteisiin. Tuomen ja Sarajärven (2018, 124-125) listaamia ala-, ylä-, pää- ja yhdistäviä luokkia apuna käyttäen aineistoa käsitteellistämällä on lopulta mahdollista tehdä aineistosta myös johtopäätöksiä. Eskola ja Suoranta (2008, 151) toteavat teemahaastattelun tapauksessa teemojen jäsentävän jo itsessään aineistoa ja muodostavan myös pohjaa analyysille.

Aineiston analyysitavan valinta mahdollisti esimerkkitapauksen kautta sosiaalisen median potentiaalin tarkastelun laajempänä ilmiönä. Analyysin osalta tiedostin, että laadullisen aineiston käsittelyyn liittyy aina tutkijan omaa tulkintaa, kuten Hirsjärvi ja Hurme (2010, 151) tuovat esiin, todeten lisäksi tulkinnan onnistuneeksi, jos lukija pystyy ”samasta näkökulmasta” löytämään tekstistä saman mitä tutkijakin. Kerätystä aineistosta ryhmitellyt samansisältöiset ilmaukset luokittelin kahden tason, yläluokan ja yhdistävän luokan avulla, jolloin sain tiivistettyä aineistoa yleisemmälle tasolle ja siitä oli mahdollista tehdä päätelmiä niin esimerkkitapauksen osalta kuin yleisemminkin. Merkitsin aineistositaatit H1-H4 numeroinnilla ja sijoitin ne tutkimusteemojen mukaisesti yhden tai useamman teeman yhteyteen. Aineistositaattien luokittelut tutkimuksen kohteena olleiden teemojen mukaisesti ovat liitteinä 2-6.

### **3.4 Tutkimusetiikka**

Haastateltuja asiantuntijoita ei eritellä tai yksilöidä tekstissä esiintyvien sitaattien yhteydessä tai liitteissä numerointia H1-H4 tarkemmin tunnistettavuuden välttämiseksi. Vastaajien henkilöllisyydellä ei ole tulosten tulkittavuuden näkökulmasta merkitystä. Heidän kokemustensa pohjalta pyritään arvioimaan uudenlaisen osallistamiskeinon potentiaalia ja käyttömahdollisuuksia, ei arvioimaan esimerkkitapauksena toimineen Valkeakosken eteläisen keskustan Uudistuva Kanavanranta- kehittämishankkeen toteutuksen onnistumista.

## **4 UUDISTUVA KANAVANRANTA – ETELÄISEN KESKUSTAN KEHITTÄMISHANKE JA SEN OSALLISTAMISKEINOT**

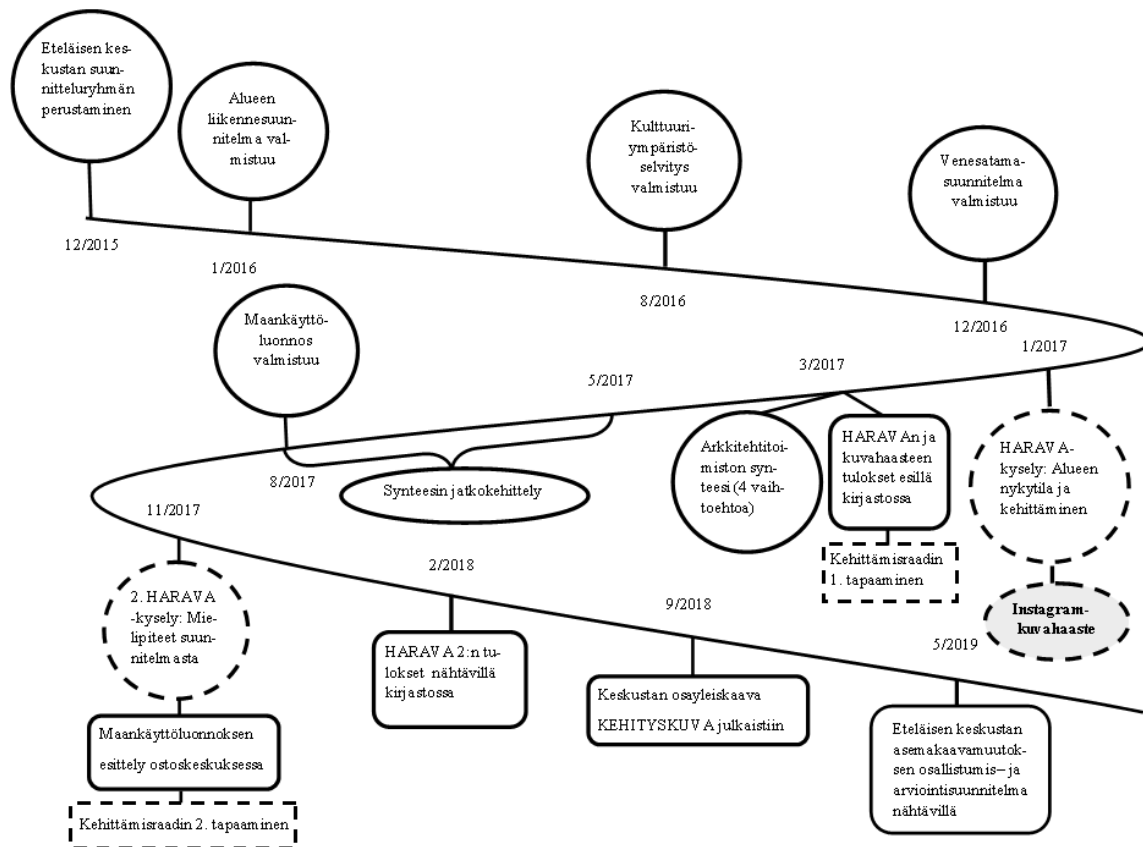
### **4.1 Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelu**

Tutkimuksen kohteena toimii Valkeakosken eteläisen keskustan kehittämisessä käynnissä oleva Uudistuva kanavanranta -hanke. Valkeakoski on eteläisellä Pirkanmaalla sijaitseva noin 21 300 asukkaan kaupunki, jonka keskusta sijoittuu Mallasveden ja Vanajaveden yhdistävän kanavan ympärille ja Tervasaaren paperitehtaan välittömään läheisyyteen. Kanavan etelänpuoleisen rannan eli eteläisen keskustan kehittämiseen keskittyvän Uudistuva Kanavanranta-hankkeen suunnitteluala käsittää merkittävän osan kaupungin keskusta-alueita, jolle tällä hetkellä sijoittuu muun muassa linja-autoasema, liiketiloja sekä virastotalo, johon on sijoittunut muun muassa poliisiasema lupapalveluineen. Rakennukset ovat pääosin rakennettu 1960-luvulla. Suunnittelualueen halki kulkee keskeinen liikenneväylä Pälkäneen suuntaan sekä kanavanrantaa reunustava kevyen liikenteen väylä, joka on osa suosittua ulkoilureittiä. Lisäksi alueella sijaitsee muusta rakennuskannasta selkeästi erottuva 1900-luvun alussa rakennettu Ystävydentalo, kaupungilta vuokrattavissa oleva rakennus, joka on suosittu juhlien ja tilaisuuksien pitopaikka.

Eteläisen keskustan suunnittelu käynnistyi työryhmän perustamisella joulukuussa 2015. Suunnittelun käynnistämisen lähtökohtana oli alueen kehittäminen pääosin asumiseen, rakennusoikeus tuplaamalla, kun se nykyisellään koostuu lähes täysin toimisto- ja myymälärakennuksista (Valkeakoski 2015). Vuoden 2016 aikana alueelle laadittiin tulevan kehittämistyön tueksi liikennesuunnitelma, kulttuuriympäristöselvitys sekä venesatamasuunnitelma (Valkeakoski 2016a, 2016b, 2016c). Hanketta varten suunnitteluala nimettiin Kanavanrannaksi.

Alueen suunnittelusta tiedotettiin ensimmäistä kertaa asukkaille laajemmin ja konkreettisemmin loppuvuonna 2016, ja heti vuodenvaihteessa asukkaita myös osallistettiin ensimmäistä kertaa alueen suunnitteluun, kun sen nykytilaa ja kehittämistä koskevia ajatuksia kartoitettiin kaupunkilaisilta kaupungin verkkosivuilla olleen tammikuun lopussa 2017 päättyneen HARAVA-kyselyn avulla. (Uudistuva kanavanranta 2017a). Lisäksi samanaikaisesti järjestettiin avoin Instagram-kuvahaaste, jossa kuntalaisille annettiin mahdollisuus itse ottamiensa kuvien avulla kertoa, mikä heidän mielestään suunnittelualueella nykyisellään on hyvää tai huonoa (Uudistuva kanavanranta 2017b). HARAVA-kyselyn ja Instagram-kuvahaasteen tulokset koottiin näyttelyksi, joka oli kuntalaisten nähtävillä kaupunginkirjastossa maaliskuun 2017 ajan.

Tämän jälkeen, HARAVA-kyselyä ja kehittämisraatia apuna käyttäen alueelle on laadittu maankäyttöluonnos, josta järjestettiin kaupungin verkkosivuilla kuntalaisille uusi HARAVA2-kysely marraskuussa 2017. Lisäksi maankäyttöluonnosta esiteltiin kuntalaisille yhden päivän ajan kaupungin keskustassa sijaitsevassa ostoskeskuksessa. Myös maankäyttöluonnosta koskevan kyselyn tulokset esiteltiin kirjastossa helmikuussa 2018 sekä kaupungin Internet-sivuilla. Syyskuussa 2018 Valkeakosken kaupunki julkisti Keskustan osayleiskaavan kehityskuvan, joka koskee myös eteläisen keskustan suunnittelualuetta. Viimeisimpänä toukokuussa 2019 kuntalaisten nähtävillä on eteläisen keskustan asemakaavamuutoksen osallistumis- ja arviointisuunnitelma, josta kuntalaiset voivat jättää mielipiteitä ja kommentteja. (Valkeakoski 2019a). Asemakaavamuutoksella halutaan mahdollistaa sekä houkuttelevien asuin- ja liikekortteleiden että edustavien ja viihtyisien katu-, aukio-, puisto- ja ranta-alueiden muodostaminen alueelle (Valkeakoski 2019b). Eteläisen keskustan suunnitteluprosessin tähänastisia vaiheita sekä kuntalaisten osallistamisen ajallista sijoittumista suunnitteluprosessiin olen havainnollistanut saatavilla olevien tietojen ja dokumenttien pohjalta kuviossa 1.

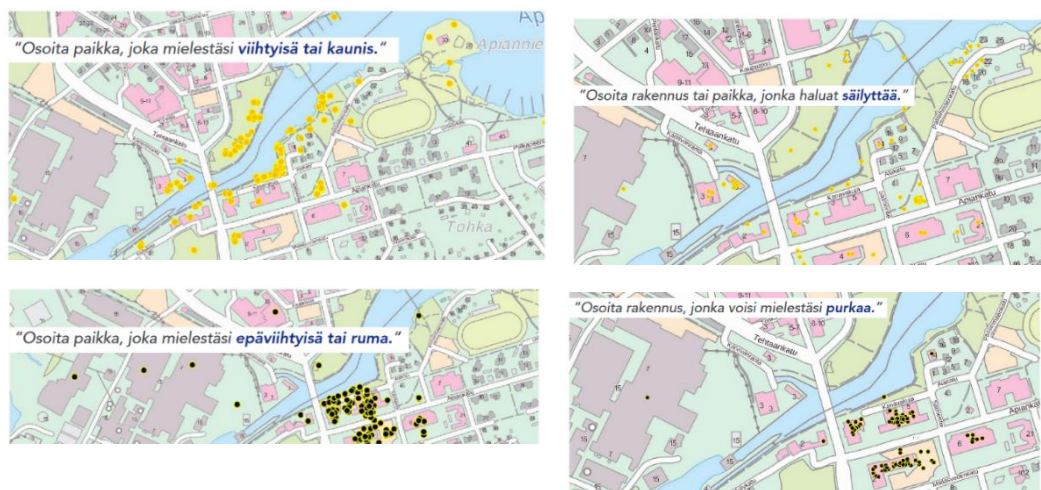


**Kuvio 1.** Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelun tähänastiset vaiheet sekä hankkeessa toteutettu kuntalaisten osallistaminen.

#### 4.2 Osallistaminen eteläisen keskustan kehittämishankkeessa

Tähän mennessä Uudistuva Kanavanranta-hankkeessa on osallistettu kuntalaisia perinteisten kuulemistilaisuuksien ja kaavan nähtävillä olon lisäksi useilla muilla tavoilla - HARAVA-kyselyiden, Instagram-kuvahaasteen sekä kehittämisaadin avulla. Lisäksi suunnitelmia on esitelty kuntalaisten parissa esimerkiksi liikekeskuksessa ja osallistamisen avulla kerättyä tietoa kyselyiden ja kuvahaasteen tuloksista on tuotu kuntalaisten nähtäväksi. Nämä kaikki tavat ovat olleet Valkeakoskella ensimmäistä kertaa käytössä Kanavanrannan suunnitteluhankkeessa. Seuraavaksi tarkastelen, millä tavoin kuntalaisten on eteläisen keskustan kehittämishankkeessa ollut mahdollista ilmaista mielipiteitään suunnitelmista päähuomion ollessa uudenlaisissa mielipiteen ilmaisukeinoissa perinteisen kirjallisen palautteen ohessa tai sen sijaan.

Ensimmäiseen HARAVA-kyselyyn saatiin kaikkiaan 119 vastausta, ja se toteutettiin hyvin varhaisessa vaiheessa alueen suunnittelua. HARAVA-kyselyn vastaajat saivat perinteisen kirjallisen palautteen antamisen, kuten ”Kanavanrannan kehittäminen on tärkeää, koska...” tai ”Alue on tärkeä matkailun ja kulttuurin kannalta, koska...” lisäksi ilmaista mielipiteitään myös muilla keinoin. Vastaajat saivat merkitä kartalle suunnittelualueelta heidän mielestään muun muassa kauniita ja viihtyisiä sekä epäviihtyisiä ja rumia paikkoja sekä alueen rakennuksia tai paikkoja, jotka vastaajat haluaisivat säilyttää tai purkaa. Kuviossa 2 on nähtävillä HARAVA-kyselyn vastaajien karttanäkymiä sekä vastaajien niihin merkitsemiä sijainteja viihtyisistä tai kauniista ja epäviihtyisistä tai rumista paikoista sekä rakennuksista tai paikoista, jotka he haluaisivat säilyttää tai purkaa. (Uudistuva kanavanranta 2017a).



**Kuvio 2.** Esimerkkejä HARAVA-kyselyn vastaajien karttanäkymistä sekä vastaajien niihin merkitsemistä sijainneista.

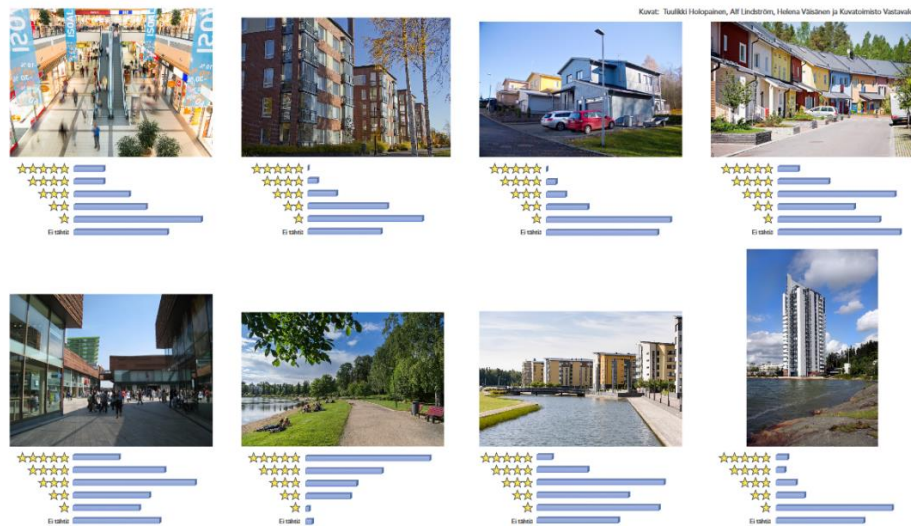
Esimerkiksi vastaajien viihtyisiksi ja kauniiksi arvottamat karttapisteet sijoittuvat runsaslukuisesti alueen puisto- ja viheralueille rannan ympäristöön kanavan molemmiin puolin. Useampi piste on merkitty myös Ystävyydentalon kohdalle virastotalojen välissä sijaitsevalle puistoalueelle. Epäviihtyisiä tai rumia paikkoja suunnittelualueella on vastaajien mukaan lähes poikkeuksetta alueen rakennuskanta; virastotalot, liikekiinteistöt sekä linja-autoasema. Säilytettävien rakennusten osalta suunnittelualueella suurin määrä vastauksia osuu Ystävyydentalon kohdalle ja purettaviksi rakennuksiksi vastaajat ovat merkinneet alueen virasto- ja liikerakennukset sekä linja-autoaseman. (kuvio 2). Suuren vastaajamäärän ansiosta karttapisteistä on nähtävissä selkeä keskittyminen



tiettyihin sijainteihin, mikä antaa suunnittelijoille selkeää viestiä kuntalaisten mielipiteistä yleisemminkin.

Lisäksi vastaajille näytettiin HARAVA-kyselyn Ideoi kuvilla -osiossa erilaisia rakentamiseen ja ympäristöön liittyviä kuvia, joiden sopivuutta Kanavanrantaan kuntalaiset arvioivat niitä pisteyttämällä (Uudistuva kanavanranta 2017a). Selvästi korkeimman pisteytyksen vastaajat antoivat puistomaiselle rantanäkymälle ja pelkkään asumiseen keskittyvät rakennukset puolestaan nähtiin alueelle huonoksi vaihtoehdoksi. Pisteytys antaa suunnittelijoille selkeän kuvan kuntalaisten mielipiteistä annettujen vaihtoehtojen osalta. Kuviossa 3 on nähtävillä HARAVA-kyselyn vastaajille esitetyt havainnekuvat pisteytyksineen. (Uudistuva kanavanranta 2017a).

*”Arvioi antamalla tähtiä, kuinka hyvin seuraavien kuvien rakentaminen ja ympäristö sopisivat mielestäsi Kanavanrantaan”*



**Kuvio 3.** HARAVA-kyselyn Ideoi-kuvilla -osion havainnekuvat vastaajien pisteytyksillä.

### *Kehittämisraati*

HARAVA-kyselyyn osallistuneiden, halukkuutensa ilmaisseiden kuntalaisten joukosta arvottiin jäsenet kymmenhenkiseen kehittämisraatiin, jonka tehtävänä oli laadittujen kehittämissuunnitelmien arvioiminen ja kuntalaisnäkökulman esiin tuominen. Kehittämisraatia käytettiin kuntalaisten osallistamisessa Valkeakoskella ensimmäistä Kanavanrannan kehittämishankkeessa. Osallistamiskeinona kehittämisraati oli kuntalaisille uusi kokemus ja herätti kuntalaisten keskuudessa kiinnostusta. Raatiin pyrittiin valitsemaan halukkaiden joukosta mahdollisimman kattava edustus eri-ikäisistä ja eri taustaisista kuntalaisista. Raatilaisista yksi oli alle 20-vuotias, viisi 20-40-vuotiaita, kolme 40-60-vuotiaita ja yksi yli 60-vuotias. Jäsenet koostuivat sekä keskusta-alueella, kaupunkialueella että etäämmällä asuvista kuntalaisista. Jäsenistä yksi asui alle kilometrin

etäisyydellä alueesta, kuusi 1-5 kilometrin etäisyydellä ja kolme 5-15 kilometrin etäisyydellä. Seitsemän jäsenistä saapui Kanavanrantaan yleensä autolla tai mopautolla, kaksi kävellen tai juosten ja yksi polkupyörällä. (Suullinen tiedonanto H4, 16.5.2019).

Raati kokoontui vuonna 2017 kaksi kertaa, maaliskuussa ja marraskuussa. Kehittämiskaartin ensimmäisessä tapaamisessa antamaa palautetta, kuten alueelle toivottuja ja ei-toivottuja toimintoja hyödynnettiin suunnittelussa. Toisella tapaamisella raatilaisten puolestaan esiteltiin useampia vaihtoehtoisia suunnitelmia, joista he antoivat palautetta. Raatilaisten mielipiteet eivät olleet yhteneviä, minkä vuoksi työskentelystä ei saatu selkeitä johtopäätöksiä suunnittelun eteenpäin viemiseksi. Raadin mielipiteillä oli kuitenkin vaikutusta jatkotyöskentelyyn. (Suullinen tiedonanto H4, 16.5.2019).

Kaikkiaan raatilaisten oli vaikeuksia ymmärtää oma roolinsa hankkeessa. Raatilaisten kaikkia toiveita ei ollut mahdollista huomioida jatkosuunnitelmissa, minkä vuoksi osa heistä koki olonsa petetyksi ja he olivat tämän vuoksi turhautuneita ja vihaisia. Tilanne ei kuitenkaan ollut poikkeuksellinen, sillä ihmiset usein olettavat mielipiteidensä muokkaavan suunnitelmia niiden mukaisiksi. On kuitenkin mahdotonta täyttää kaikkia toiveita suunnitelmissa, eikä Kanavanrannan suunnittelu tehnyt tässä poikkeusta (Suullinen tiedonanto H4, 16.5.2019).

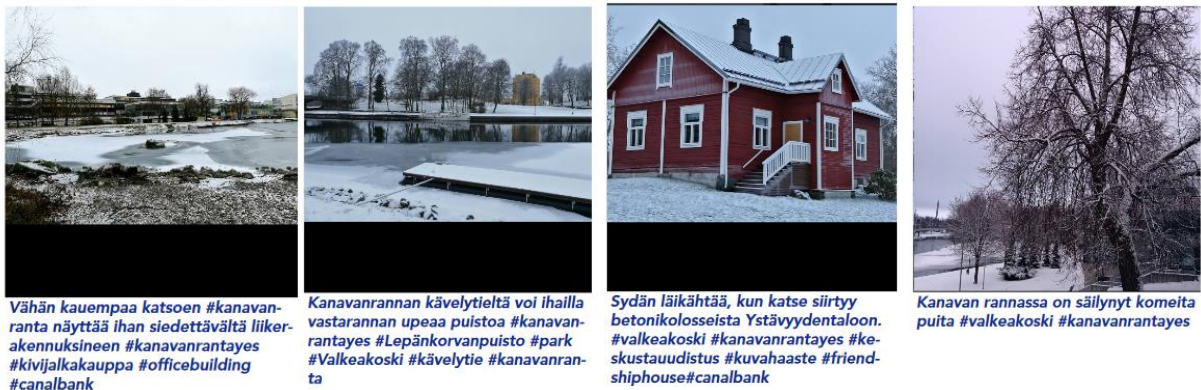
#### *Instagram-kuvahaaste*

Kehittämishankkeen alkuvaiheessa kuntalaisille annettiin HARAVA-kyselyn lisäksi mahdollisuus Instagram-kuvahaasteen avulla kertoa, mitkä asiat he kokevat Kanavanrannan alueella hyviksi tai mitkä tekevät siitä kauniin ja mitkä puolestaan huonoiksi tai aluetta rummentaviksi, ja millaiset paikat he kokevat viihtyisiksi ja millaiset taas päinvastoin eivät ole viihtyisiä. Kuvahaasteen mainos (kuvio 4) kertoo, kuinka kuvahaasteeseen otetaan osaa ottamalla kuva ja jakamalla se Instagramissa joko tunnisteella #kanavanrantayes tai #kanavanrantano. (Uudistuva kanavanranta 2017b). Mainos oli nähtävillä Valkeakoskella muun muassa useissa keskustan julkisissa tiloissa sekä oppilaitosten ilmoitustauluilla ja -näytöillä.



**Kuvio 4.** Uudistuva Kanavanranta-hankkeen Instagram-kuvahaasteen mainos.

Kuvahaaste järjestettiin joulukuun 2016 ja tammikuun 2017 välisenä aikana. Kuvia haasteeseen tuli yhteensä 21 kappaletta, useamman kuvan ollessa saman käyttäjän jakamia. Hyviksi asioiksi osallistujat kokivat HARAVA-kyselyn tapaan suunnittelualueen puistot ja puistomaisemat, osin myös vastarannan puistonäkymät sekä vanhan punaisen puutalon, Ystävyysentalon. Huonoiksi asioiksi nimettiin pääosan alueen rakennuskannasta muodostavat virastotalot sekä ryteikköiset, vaille käyttöä jääneet tontinosat (Uudistuva kanavanranta 2017c). Kuvahaasteen tunnisteiden lisäksi kuviin on voinut lisätä myös muita tunnisteita sekä lyhyen kuvauksen kuvan sisällöstä. Esimerkit kuvahaasteeseen tulleista hyviä ja kauniita asioita kuvaavista kuvista (kuvio 5) ja huonoja ja aluetta rumentavia asioita kuvaavista kuvista (kuvista 6) osoittavat, millaista palautetta kuvahaasteen kautta on mahdollista saada suunnittelun tueksi. Lyhyet tekstit kuvan yhteydessä tuovat lisäinformaatiota, miksi kuvaaja on valinnut juuri kyseisen kuvauskohteen.



**Kuvio 5.** Esimerkkejä Instagram-kuvahaasteeseen tulleista hyviksi koettuja asioita kuvaavista kuvista teksteineen tunnisteella #kanavanrantayes.



**Kuvio 6.** Esimerkkejä Instagram-kuvahaasteeseen tulleista huonoksi koettuja asioita kuvaavista kuvista teksteineen tunnisteella #kanavanrantano.

Kuvahaasteeseen osallistuneiden 21 kuvan lisäksi Kanavanrannasta on muilla tunnisteilla paljon kuvia Instagramissa. Esimerkiksi tunnisteella #kanavanranta löytyy huhtikuussa 2019 yhteensä 526 kuvaa, joista 57:ssä kohteena on tunnistettavasti Valkeakosken Kanavanrannan ympäristön näkymät. Valkeakosken Kanavanrannan kuvista osassa näkyy eteläisen keskustan suunnittelualueen puoleista rantaa ja osa on suunnittelualueen puolelta vastarannan suuntaan otettuja kuvia. Kuvissa on lähes poikkeuksetta esillä vesielementin lisäksi puistomaisemat, jotka sekä HARAVA-kyselyssä että Instagram-kuvahaasteessa nimettiin viihtyisiksi ja kauniiksi asioiksi suunnittelualueella. Sen sijaan rumiksi tai epäviihtyisiksi koettuja asioita kuten virastorakennuksia kuvissa ei esiinny. Tunnisteella #valkeakoski kuvia löytyy yli 30 000, ja niiden joukossa on puistojen ja vesistön lisäksi myös paljon Kanavanrannan suunnittelualueen rakennuksia, selvästi kuvatuimpana Ystävyydentalo, mutta myös rumiksi ja epäviihtyisiksi koettuja rakennuksia, kuten linja-autoasema ja Virastotalo. Kuvat osoittavat, että Kanavanrannan alueella liikkuvat ihmiset ovat ahkeria valokuvaajia, jotka myös



jakavat ottamiaaan kuvia Instagramiin. Esimerkkejä Instagramin-käyttäjien Valkeakosken Kanavanrannan suunnittelualueelta ottamista ja tunnisteella #kanavanranta (ylärivi) ja #valkeakoski (alarivi) jakamista kuvista on kuviossa 7.



**Kuvio 7.** Instagram-käyttäjien jakamia kuvia Valkeakosken eteläisen keskustan alueelta. (Ylärivin vas. leino.irja, sarihelenafat ja hely.pallari, alarivin vas. tiina.heikkila, quutamokettu ja kaislatti)

### *HARAVA2-kysely*

Eteläisen keskustan suunnittelun edetessä ensimmäisen HARAVA-kyselyn, Instagram-kuvahaasteen, kehittämisraadin tapaamisen ja erilaisten työryhmien työn kautta alueelle laaditusta maankäyttöluonnoksesta järjestettiin marraskuussa 2017 uusi verkkokysely, HARAVA2, johon saatiin vastauksia 142, hiukan ensimmäistä kyselyä enemmän. HARAVA2-kyselyssä vastaajat pääsivät arvioimaan selvästi edellistä kyselyä konkreettisempia suunnittelualueelle laadittuja suunnitelmia, kuten hahmotelmia alueen rakennusten ja katujen sijoittumisesta sekä alueelle suunniteltuja toimintoja. Toisessa kyselyssä oli ensimmäisen tapaan mahdollisuus merkitä karttapisteitä, tehtyjen suunnitelmien osalta vastaajien mielestä onnistuneita ja epäonnistuneita paikkoja (kuvio 8.). Lisäksi vastaajat saivat merkitä, missä esimerkiksi haluaisivat asua, jos muuttaisivat alueelle ja mihin sijoittaisivat alueella yhteisen puiston (Uudistuva kanavanranta 2017d). Suuren vastaajamäärän ansiosta myös HARAVA2-kyselyn karttapisteet muodostavat selkeitä keskittymiä tiettyihin sijainteihin. Kanavanrannan tapauksessa onnistuneiksi ja epäonnistuneiksi (kuvio 8) vastaajien arvioimat paikat ovat osittain samoja molemmissa kuvissa. Suunnittelun tueksi

ei tältä pohjalta nouse niinkään selkeitä ”suosikkeja tai inhokkeja” vaan pikemminkin on selkeästi havaittavissa, että laaditut suunnitelmat jakavat voimakkaasti mielipiteitä.



**Kuvio 8.** Esimerkkejä HARAVA2-kyselyn vastaajien karttanäkymistä ja vastaajien merkinnöistä, joilla on arvioitu tehtyjä suunnitelmia.

Vastaajat pääsivät arvioimaan alueelle laaditun suunnitelman eri osia myös ensimmäisestä HARAVA-kyselystä tutun havainnekuvien pisteytyksen kautta. Vastaajien pisteyttämiä suunnitelman osa-alueita oli kyselyssä kaikkiaan yhdeksän, joista kuviossa 9 esitetään kolme ensimmäistä. Lopuksi vastaajat antoivat eväitä jatkosuunnitteluun nimeämällä kaksi tärkeintä asiaa, joihin suunnittelussa tulisi panostaa. Kolme eniten ääniä saanutta asiaa vastaajien mukaan ovat rantaympäristö, ympäristön viihtyisyys ja viheralueet (Uudistuva kanavanranta 2017d), joiden tärkeys kuntalaisille on noussut esiin kaikessa hankkeen osallistamisessa.



**Kuvio 9.** Esimerkkejä HARAVA2-kyselyssä pisteytetyistä alueelle laaditun suunnitelman havainnekuvista.

Yhteenvedona Kanavanrannan alueen suunnittelussa käytetyistä osallistamismenetelmistä voi todeta, että hankkeessa on osallistettu vuoden 2017 aikana kuntalaisia useilla tavoilla, joita ei aiemmin ole ollut kunnassa käytössä. Sekä HARAVA-kyselyissä että Instagram-kuvahaasteessa osallistamisessa

on vahvassa roolissa kirjallisen palautteen sijaan visuaalinen palautteenanto. HARAVA-kyselyiden vastaajamäärien perusteella kuntalaiset löysivät verkkokyselyt hyvin ja niiden avulla saatiin kerättyä kuntalaisten mielipiteitä suunnittelun tueksi. Myös vastaajien joukosta koostettuun kehittämisraatiin löytyi paljon halukkaita osallistujia, mikä mahdollisti raadin kokoamisen niin, että kuntalaiset olivat siinä edustettuna laajalti. HARAVA-kyselyyn vastaaminen aktivoi selvästi kuntalaisia ja osa kiinnostui kyselyn perusteella alueen suunnittelusta laajemmin ja halusi vaikuttaa raatilaisena suunnitteluun ja tuoda mielipiteitään esiin. Täysin uusi osallistamiskeino, Instagram-kuvahaaste tuotiin ensimmäisen HARAVA-kyselyn rinnalle mahdollisuudeksi ilmaista mielipiteitä valokuvien avulla vastaavasti kuin kyselyssä karttapohjille sijoitettiin pisteitä. Jotta kuntalaisten mielipiteitä alueen hyvistä ja huonoista puolista saataisiin myös niiltä, joille HARAVA-kyselyyn vastaamisessa on liian suuri kynnys tai se tuntuu liian aikaa vievältä, sosiaalisen median sovellus tarjoaisi ”kevyemmän” vaihtoehdon. Näiden kahden menetelmän kautta saadut mielipiteet kaikkiaan ovat suurelta osin yhteneviä, korostaen Kanavanrannan puistojen ja virkistysarvojen tärkeyttä.

## **5 INSTAGRAM-KUVAHAASTE KUNTALAISTEN OSALLISTAMISESSA**

### **5.1 Instagram-kuvahaasteen toteutus**

Kuvahaasteen toteutusta lähestyttiin haastateltavien kanssa pohtimalla sitä prosessin näkökulmasta. Haastatteluiden perusteella se voidaan jakaa selkeästi kolmeen erilliseen vaiheeseen: 1) suunnitteluvaiheeseen, jossa mietitään, millaisia tavoitteita ja lähtökohtia uuden osallistamiskeinon käytölle on, 2) toteutusvaiheeseen, jossa keskitytään miettimään millä tavoin toteutuksella päästään asetettuihin tavoitteisiin, ja 3) tulosten hyödyntämisen vaiheeseen. Seuraavaksi tarkastelen kuvahaasteen toteutuksen vaiheita yksitellen, ja loppuun olen koostanut haastatteluaineiston tiivistämisellä esiin nousseet keskeiset elementit kuvioon 10.

#### *Suunnitteluvaihe*

Haastateltavien mukaan Instagram-kuvahaasteen suunnitteluvaiheessa lähtökohtana oli pyrkiä aktivoimaan kuntalaisia selvästi aiempaa laajemmin. Tavoitteena Kanavanrannan suunnittelussa oli saada osallistettua sekä aiempaa suurempi määrä kuntalaisia että kuntalaisia aiempaa selvästi

laajemmalla ikähaitarilla. Suunnittelijoiden mukaan Valkeakoskella ei perinteisesti juurikaan osallistuta kunnan suunnitteluhankkeisiin ja yhdeksi syyksi eräs suunnittelijoista arveli tehdaspaikkakunnan kulttuuria, jossa patruuna on pitkälti määrännyt kaupungin rakentumisesta ja ihmisten tottuessa tähän se on passivoinut asukkaita mielipiteen ilmaisussa. Koska Kanavanrannan alueen halutaan palvelevan mahdollisimman laajasti eri ikäisiä ihmisiä, korostuu myös alueen suunnittelussa eri-ikäisten ihmisten mielipiteiden kuulemisen tärkeys. Erityisesti haluttiin aktivoida nuorempia kuntalaisia, joiden mielipiteitä perinteisempien osallistamiskanavien, tai edes sähköisen HARAVA-kyselyn kautta saadaan selville todella huonosti. Kaikille suunnittelijoille on perinteisten osallistamiskeinojen osalta näyttäytynyt selvästi, ettei tiettyjen ikäryhmien ääni kuulu siellä lainkaan ja tätä haluttiin lähteä murtamaan uudenlaisen osallistamistavan käyttöönoton kautta. Keskusta-alueen uudistamisessa erityisesti nuoret, tulevaisuuden kuntalaiset ovat merkittävässä roolissa, koska suunnittelun lopputulos muodostaa vuosikymmeniksi osan tämän ikäluokan asuin- ja elinympäristöstä. Iäkkäämpi väestö, joka helpommin tuo mielipiteensä perinteisten kanavien kautta esiin ei tässä suunnittelukohteessa muodosta sitä ryhmää, jonka mielipide suunnittelun kannalta olisi erityisen arvokas ja kiinnostava, koska suunnittelun aikajänne on paljon pidemmällä tulevaisuudessa.

*”Me haluttiinkin juuri jotain sellasta että me tavoitettais ne tulevaisuuden asukkaat”*

-H3

Osallistamista kehittäneen työryhmän tavoitteena oli tehdä osallistamisesta aiempaa tavoittavampaa, jolloin suunnittelun avulla pyrittiin löytämään osallistamiseen väylä, jota kohderyhmän ihmiset jo valmiiksi käyttävät. Perinteiset osallistamiskeinot koettiin nuorempien ikäryhmien osalta huonoiksi ja lähtökohdaksi otettiin yleisötilaisuuden sijaan kokeilla jotakin täysin erilaista. Sosiaalisen median nähtiin tavoittavan erityisesti niitä ikäryhmiä, joiden ääntä perinteisten osallistamiskeinojen kautta ei kuulla, ja erityisesti nuorison keskuudessa suosittu Instagram valikoitui sovellukseksi, jonka kautta osallistamista alettiin suunnitella. Aiempaan toimintatapaan nähden alettiin ajatella myös käänteisesti – kehittämishankkeen kanssa mennään sinne missä ihmiset ovat sen sijaan että odotetaan heidän lähestyvän suunnittelijoita. Tähän liittyen jalkauduttiin sosiaalisen median lisäksi myös fyysisesti ihmisten pariin esimerkiksi kauppakeskuksiin. Tämän suunnittelijat kokivat hyväksi tavaksi lähestyä kuntalaisia ja antaa heille mahdollisuus sekä tutustua henkilökuntaan että saada kuntalaisten kanssa syntymään keskusteluyhteys keskusta-alueen suunnittelun tiimoilta. Ison ja keskeisen suunnittelualueen kohdalla suunnittelijat kokevat erityisen tärkeäksi saada kuntalaisille tietoa suunnittelun tavoitteista ja suunnitelmien etenemisestä, sekä olla vuorovaikutuksessa heidän kanssaan ja havainnollistaa suunnitelmia kuntalaisille mahdollisimman alkuvaiheessa. Samalla



päästään kertomaan uudenlaisesta osallistamiskeinosta ja kertomaan kuntalaismielipiteen tärkeydestä suunnittelijoiden työssä.

*”nuorille sopiva väylä ja nykyaikaa, ja toisi vähän semmosta potkua tähän hankkeeseen, tavallaan että... että ei mennä ihan vaan millään yleisötilaisuuksilla vaan että koitetaan erilaisia väyliä”*

-H4

Uudenlaisen osallistamiskanavan suunnittelussa haluttiin panostaa nimenomaan alkuvaiheen osallistamiseen. Kuntalaisten mielipiteiden kuuleminen koettiin erityisen tärkeäksi juuri varhaisessa vaiheessa, jolloin suunnitelmiin pystyy vielä monella tasolla vaikuttamaan ja toisaalta nähtiin myös tarvetta innostaa ja herätellä ihmisiä osallistumaan kaupungin mittakaavassa poikkeuksellisen suuren hankkeen suunnitteluun. Yksimielisesti suunnittelijat kokivat, että mitä varhaisemmassa vaiheessa ideoita kerätään, sitä paremmin niitä voidaan huomioida aluetta suunniteltaessa ja edelleen kuntalaiset kokevat voivansa todella vaikuttaa alueen rakentumiseen.

*”semmonen varhaisen vaiheen herättely ja ideoiden ja, ja semmosen niinkun paikallistiedon saaminen tai tällöinen niinkun mielipiteiden kerääminen laajalti”*

-H2

Yksi suunnittelijoista nosti merkittävänä asiana esiin myös kuntalaisten hallussa olevan paikallistiedon, jonka uskotaan tarjoavan suunnittelijoille ennestään täysin uutta tietoa. Lisäksi nähtiin, että myös lainsäädäntö ohjaa osallistamisen suuntaan ja tämänkin vuoksi oli tärkeää luoda osallistamiskeino, joka toimii nimenomaan ideoidenkeruuvaiheessa.

Keskeinen lähtökohta uuden osallistamiskeinon suunnittelussa oli osallistumisen helppous. Osallistumisesta ylipäätään halutaan tehdä kuntalaisille helppoa ja matalan kynnyksen toimintaa, sillä on huomattu, että aiemmin käytössä olleet osallistamiskeinot ovat tehneet osallistumisen vaikeasti lähestyttäväksi ja byrokraattiseksi. Suunnittelijoiden mukaan kuntalaisilla on varsin korkea kynnys osallistua yleisötilaisuuksiin ja kertoa siellä oma mielipiteensä, mikä myös osaltaan on ollut synnyttämässä ajatusta uudenlaisten osallistumiskeinojen tarpeellisuudesta. Koska keskusta-alueen suunnittelussa on kyse suuren mittakaavan projektista, koettiin erityisen tärkeäksi tehdä osallistumisesta mahdollisimman helppoa. Uudenlaisen, helpon ja nopean osallistamisvälineen käyttöönotto olikin keskeinen osa suunnittelua. Se, että kännykkä kulkee mukana lähes jokaisella kuntalaisella ja että kynnys esimerkiksi ”peukuttaa” sosiaalisessa mediassa on hyvin alhainen, puolsi

osallistamismenetelmän rakentamista nimenomaan sosiaalisen median ympärille, ja kuvien jaon helppous puolsi Instagramin valintaa.

*”me saatas sitten edes se kynnyks tulla meille kertoo jostain asiasta niin matalaks että ihmiset uskaltaa tulla. Ja se, se on tosi haastava, se on ihan kaikessa meidän työssä haastavaa, mutta tää on, tässä (kuvahaasteessa) kynnyks on matalampi koska se ei profiloidu siihen yhteen henkilöön samalla tavalla”*

-H3

Lisäksi suunnittelussa haluttiin luoda väylä nimenomaan positiivisen palautteen antamiselle, koska perinteisten osallistamiskeinojen kautta äänensä tuo kuuluville useimmiten asioita vastustavat yksittäiset henkilöt ja saatu palaute oli näin ollen lähes yksinomaan negatiivista, ja ilmentää kuitenkin todellisuudessa varsin pienen ihmisjoukon mielipidettä. Näin ollen suunnittelijoilla ei ole ollut tiedossa vaikenevan enemmistön mielipidettä lainkaan. Nähtiin, että suunnittelijat saavat yleensä palautetta epäonnistumisistaan ja nyt haluttiin lähteä liikkeelle siitä, että kuultaisiin kuntalaisten mielipide siitä, ollaanko suunnittelussa menossa oikeaan suuntaan. Kaikki suunnittelijat kokivat, että heille tulevan palautteen määrää ylipäättään tulisi saada lisättyä huomattavasti ja sen uskottiin toteutuvat ottamalla käyttöön uusia keinoja. Ajatusta välineestä, joka mahdollistaisi anonyymien osallistumisen pidettiin hyvänä, sillä suunnittelijat toivat yksimielisesti esiin, ettei kuulemistilaisuuksissa haluta kertoa omaa mielipidettä, koska kuntalaiset eivät halua mielipiteineen joutua silmätikuksi.

*”kyllä määhkä sitä toivosin joo, että sillä tavotettais muutkin kun nääh ketkäh niinkun...joka kunnassa on kuitenkin ne omat tämmöset ammattivalittajansa, että osallistettais myös ne kenellä olis hyvähä sanottavaa, kun se kirjallinen palaute tuppaa oleen se, et annetaan se, no nimikin sen johan sanoo, jätetään valitus”*

-H1

Hankkeessa laadittiin osallistamissuunnitelma, jonka ensimmäisessä vaiheessa pyrittiin kartoittamaan tarpeita, ideoita ja tietopohjaa, ja tähän vaiheeseen työkaluiksi kuntalaisten osallistamiseen kehitettiin konsultin ideoiden pohjalta HARAVA-kysely, kehittämisraati sekä Instagram-kuvahaaste. Niin suunnittelijoille kuin konsultillekin täysin uuden osallistamiskeinon, Instagram-kuvahaasteen suunnittelun osalta tavoitteiden asettelun suhteen oltiin avoimia. Koska

menetelmästä ei ollut aiempia kokemuksia muista kunnista, uutta osallistamiskeinoa lähdettiin kokeilemaan avoimin mielin ilman määrällisiä tavoitteita. Tavoitteet olivat suunnittelijoilla lähinnä elämysten ja visioiden tasolla - toivottiin ideoita ja näkemyksiä, jotka auttaisivat heitä suunnittelutyön jatkokehittämisessä. Teknisen toteutuksen osalta pyrittiin kuntalaisten näkökulmasta yksinkertaiseen ja selkeään toteutukseen, jossa kuvalle jätettiin tilaa kertoa viestinsä. Tärkeintä oli miettiä, mitä kuvilta halutaan, koska se määrittää käyttöön otettavat aihetunnisteet.

### *Toteutusvaihe*

Toteutusvaiheen onnistumisen kannalta kaikki haastateltavat nimeivät kokemustensa pohjalta keskeiseksi tehokkaan mainonnan. Jotta kuntalaiset tietävät uudenlaisesta tavasta osallistua kaupunkisuunnitteluun, on tärkeää laatia mainoksia, jotka kiinnittävät huomion ja jotka tavoittavat kohderyhmät mahdollisimman tehokkaasti. Tiedottaminen mahdollisimman monen kanavan kautta nähdään parhaaksi tavaksi tavoittaa kuntalaisia mahdollisimman laajasti. Sekä fyysiset mainokset lehdissä ja ilmoitustauluilla nähdään hyviksi keinoiksi tavoittaa, mutta niiden rinnalla tiedon jakaminen Internetissä ja sosiaalisessa mediassa koetaan tehokkaaksi. Koska nuorten osallistaminen oli yksi uudenlaisen osallistamistavan käyttöönoton lähtökohdista, kuvahaasteen markkinointia nuorten keskuudessa painotettiin erikseen, minkä vuoksi oppilaitoksia lähestyttiin suoraan viestin välittämisen varmistamiseksi nuorten keskuuteen.

*”Mutta tommonen mainos siitä tehtiin et siinäkin koitettiin vähän nyt sitten, ettei nyt ihan mitään semmosta, semmosta tota mustavalkosta ja vakavannäköstä”*

-H4

Kokemusten perusteella toteutuksen kannalta tärkeää on kohderyhmän tavoittaminen. Pelkkä kuvahaasteen mainostaminen ei riitä, vaan vähintään yhtä tärkeää on välittää viestiä siitä, mitä ollaan tekemässä ja millä tavalla omalla osallistumisella on mahdollista vaikuttaa. Esimerkiksi lehtijuttujen kautta asiaa on mahdollista laajemmin taustoittaa ja lisätä näin kuntalaisten motivaatiota osallistua kuvahaasteeseen. Toteutuksessa tulee kiinnittää huomiota myös henkilöstön riittävään resursointiin, sillä uudenlaisen osallistamiskeinon käyttöönotto vaatii sen aktiivista esille tuontia. Tärkeää on saada käyttöön myös riittävästi markkinointikokemuksen omaavaa henkilöstöä. Erityisesti nuorten tavoittamiseen toimivaksi keinoksi nähdään myös oppilaitosyhteistyö. Pelkän mainostamisen sijaan kouluissa voi vierailla kertomassa kuvahaasteesta ja kuinka sen kautta voi vaikuttaa, tai toteuttaa

oppilaiden osallistumisen kuvahaasteeseen osana koulutyötä tai harrastusta, esimerkiksi Kuvataidekoulun kautta. Vaikka koululaisvierailuista oli suunnitteluvaiheessa puhetta, ei niitä kuitenkaan lopulta syystä tai toisesta päätetty toteuttaa.

*”se pelkkä Instagram-haaste ei riitä, jollei me saada sitä niin paljon ihmisten tietosuuteen et niitä kiinnostaa se, mihin se liittyy. Et jos se on vähän sattumaa, et lukeeko paikallislehdestä tai huomaatko sä kaupungin nettisivuilta, että tällöinen on olemassa, et sit ois pitänyt rummuttaa vähän enemmän”*

-H3

Toteutusajan osalta tulee kiinnittää huomiota niin toteutusaikatauluun kuin -ajankohtaan. Aikataulun osalta tulisi olla riittävästi aikaa mainostaa kuvahaastetta, jotta tieto siitä tavoittaa kuntalaiset mahdollisimman laajasti, ja toisaalta myös kuvahaasteen aikataulu ei saisi olla liian tiukka, vaan kuntalaisilla tulisi olla riittävästi aikaa osallistumiseen. Kuvahaasteen kohteesta riippuen huomiota tulisi kiinnittää myös ajankohtaan, sillä vuodenajoilla on oma vaikutuksensa ihmisten liikkumiseen kaupungissa. Hyvällä ajoituksella voi lopputulos pienemmilläkin resursseilla olla suunnittelun näkökulmasta toivotunlainen.

*”ehkä juuri se ajankohta, että se ajotettas niin, että se alue on lähestyttävä ja, ja että ne koululaiset ketä tavoitellaan olis paremmin niinkun että ne ei olis loma-aikana”*

-H2

### *Tulosten hyödyntäminen*

Haastateltavien mukaan Instagram-kuvahaasteen kokemusten pohjalta se koetaan toimivaksi osallistamiskeinoksi, jonka avulla on mahdollista saada materiaalia suunnittelijoiden työn tueksi. Kuvahaasteen kautta on toisaalta mahdollista selvittää, saako suunnittelijoiden ajatukset vastakaikua kuntalaisissa, eli nostetaanko kuvissa esiin asioita, joita ennakolta osataan odottaa vai näkevätkö kuntalaiset suunnittelualueella esimerkiksi täysin eri asiat huonoiksi kuin suunnittelijat.

*”se että kun sitä on pohdittu, et voiko näitä purkaa ja mitä mieltä sitten on kuntalaiset siitä jos ne rakennukset puretaan ja onhan kaikki sitä mieltä että ne on rumia ja huonokuntoisia, et onks se semmonen yleinen käsitys”*

Tähän liittyen huomattiin, että kuntalaiset toivat esiin myös sellaisia asioita, joita suunnittelijat eivät välttämättä osaa ajatella, sillä kuntalaiset tarkastelevat suunnittelun kohdetta täysin erilaisesta perspektiivistä kuin ammattilaiset. Lisäksi kuvahaaste voi välittää suunnittelijoille myös sellaista kuntalaisten hallussa olevaa tietoa, jota suunnittelijoilla ei muutoin ole lainkaan käytössä. Kaikkea tietoa, etenkin vuosikymmeniä vanhaa ei välttämättä löydy säilyneistä materiaaleista ja suunnittelijat voivat ulkopaikkakuntalaisina olla tältä osin täysin arkistotiedon varassa. Esimerkiksi Kanavanrannan suunnittelussa täysin uutena tietona kuntalaiselta tuli, että puistopuiden joukossa on aikanaan ystävyyskaupungeilta lahjaksi saaduista puuntaimista kasvaneita yksilöitä. Lisäksi nousi esiin näkökulma, että nykyisellään kaupungin parhaassa maisemassa pitää katsella myös lastauslaitureita. Suunnittelijat toteavat esiin nostetun asian nykyisellään pitävän paikkansa, mutta eivät olleet aiemmin havainneet suunnittelualueen näkymän olevan tietystä suunnasta katsottuna tämän kaltainen.

*”tuli uusia tietoja meille sitä kautta et joku oli kuvannut kauniita puita esimerkiks ja siitä saatiin tietää, että ne onkin jotain tämmösiä et ystävyyskaupungit on antanut meille jotain puun taimia joskus”*

Kuvahaasteen tulosten perusteella koetaan, että se tarjoaa toimivan tavan kerätä tietoa suunnittelun tueksi. Koska Instagram-kuvahaasteen käytöstä vastaavanlaisessa tilanteessa ei ollut aiempaa kokemusta, lähdettiin sen toteutuksessa ylipäättään testaamaan, onko siinä potentiaalia uudeksi osallistamiskeinoksi, koska selvää tarvetta uudelle nykyaikaiselle palautteenantoväylälle oli havaittu. Kaikki suunnittelijat näkevät myös, että uudella visuaalisella palautteenantoväylällä on oma paikkansa muiden keinojen joukossa, ja voi innostaa kuntalaisia kertomaan mielipiteitään. Suunnittelijat kokivat myös, että kuvat tarjoavat suunnittelijoille paljon informaatiota, ja koska heidän työnsä on varsin visuaalista, he näkevät visuaalisesti kerrotun palautteen erittäin positiivisena. Yksi haastatelluista totesi kuvien ottajan voivan kuvien rajauksella ja toisaalta kuvien yhteyteen lisätyllä lyhyellä tekstillä kertoa suunnittelijoille paljon hyödyllistä tietoa.

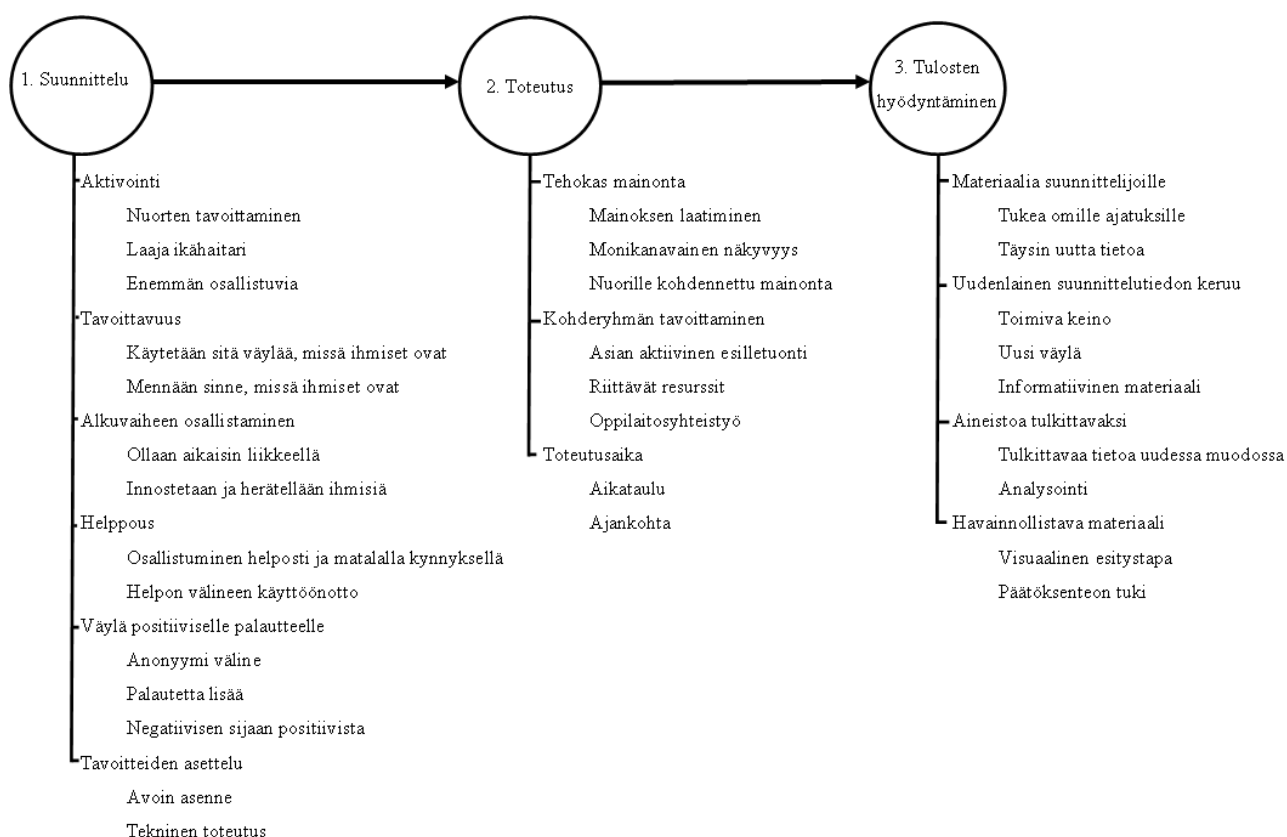
*”siellä on jotain niinku konkreettistakin hyötyä et sieltä oikeesti voidaan saada siihen niinkun suunnitelhuun jotain uusia, uusia näkökulmia”*

Suunnittelijoiden mukaan kuvalliseen informaatioon liittyy tulkintaa, mutta toisaalta sama tulkinnanvaraisuus liittyy vahvasti myös kirjalliseen palautteeseen. Näin ollen kukaan haastatelluista ei koe kuvallisen palautteen tulkintaa erityisen ongelmalliseksi. Ensi kertaa kokeiltu uusi osallistamiskeino ei mahdollistanut aineiston suppean määrän vuoksi tarkempaa analysointia, mutta erityisesti kuvahaasteen ideoineella konsultilla on selkeä ajatus suurten kuvamäärien hyödyntämispotentiaalista. Kuvallisesta palautteesta on mahdollista esimerkiksi selvittää, mitkä asiat nähdään suunnittelualueella hyviksi ja huonoiksi, mutta myös mahdollisesti ristiriitaisiksi, eli osan mielestä hyviksi ja samaan aikaan toisten mielestä huonoiksi. Edelleen, olisi mahdollista selvittää, kuinka iso osuus vastaajista nostaa suunnittelualueelta esiin tietyt kohteet. Myös kuvien saamat tykkäykset toisilta käyttäjiltä tarjoaa Instagramissa ja sosiaalisessa mediassa laajemminkin mahdollisuuden tarkastella laajemman kuntalaisjoukon mielipiteitä. Osa kuntalaisista ei välttämättä jaa omia kuviaan, vaan voi pelkästään peukuttaa toisten laittamia kuvia, mikäli ovat samaa mieltä kuvaajan kanssa.

*”kyllä siinä tietysti sitä tulkinnanvaraakin jäi mutta niinhän jäi niihin karttatäppiinkin ja niin jäi siihen, että miksi johonkin oli laitettu että se on hyvä juttu – et miltä kannaltakohan tää nyt olisi hyvä juttu, et ainahan siin on se tulkinnanvara”*

-H2

Suunnittelijoiden mukaan Instagram-kuvahaasteen avulla on mahdollista tuottaa visuaalista ja havainnollistavaa materiaalia alueen suunnitteluun osallistumisesta ja kuntalaisten mielipiteistä. Kuvat voidaan laittaa esille esimerkiksi kauppakeskukseen ja kirjastoon, paikkoihin, joissa mahdollisimman moni kuntalainen liikkuu, jotta kerätty tieto välittyy laajalle. Toisaalta kuvia on mahdollista käyttää kuntalaisten mielipiteitä ilmentämässä erilaisissa päätöksentekotilanteissa. Kanavanrannan suunnittelussa muun muassa kuntapäätäjille ja erilaisille työryhmille esiteltiin sekä kuvahaasteen että HARAVA-kyselyn tuloksia ilmentämään kuntalaisten ajatuksia alueen kehittämisestä. Haastateltujen esiin nostamat Instagram-kuvahaasteen suunnittelun, toteutuksen ja tulosten hyödyntämisen keskeiset näkökulmat olen listannut kuvioon 10 yhteenvedoksi edellä kuvatusta kuvahaasteen toteutuksesta.



**Kuvio 10.** Haastatteluissa esiin nousseet Instagram-kuvahaasteen toteutuksen keskeiset elementit.

## 5.2 Kuvallisen informaation hyödyntäminen suunnittelussa

Kuvallisen informaation hyödyntämiseen liittyy haastateltujen suunnittelijoiden mukaan selvästi kaksi päähavaintoa. Ensinnäkin, kuvallinen informaatio tarjoaa uudenlaisen tavan kerätä tietoa suunnittelun tueksi. Kuvien avulla välittyvä palaute antaa kuntalaisille perinteisen kirjallisen palautteen sijaan mahdollisuuden kertoa mielipiteensä täysin uudessa formaatissa valitsemalla kuvan kohteen, rajaukset ja tunnelman. Se nähdään myös kirjalliseen palautteeseen nähden toisenlaisena väylänä lähestyä suunnittelijoita. Suunnittelijat kokevat, että kuvallisesti ilmaistu mielipide on yhtä lailla mielipide siinä missä perinteinen kirjallinenkin palaute, ja toivovat että useamman väylän ansiosta palautetta ja sen myötä uusia näkökulmia suunnitteluun saataisiin enemmän ja erityisesti juuri positiivisen palautteen, kuten kuntalaisilta tulevien ideoiden määrä kasvaisi.

*”No ehkä kuvissa sitten kun sinne on helpompi antaa myös sitä positiivista, positiivista palautetta, että just niinkun sinnekin tuli, että tästä näkymät tonne suuntaan on ihan erityisen kauniit”*

-H1

Toisaalta suunnittelijat näkevät, että kuvallinen informaatio tuo suunnitteluun myös täysin uudenlaista materiaalia. Kuvallisen informaation tulkinta eroaa kirjallisesta palautteesta, vaikkakin he kokevat, että molemmissa palautemuodoissa suunnittelijalle jää yhtä lailla tulkinnanvaraa. Instagram-kuvahaasteen kohdalla kuitenkin tunnisteet ”yes” tai ”no” ja mahdollisuus kertoa lisäksi vapaasti kuvasta muutamalla sanalla antavat suunnittelijoille ohjeita kuvien tulkintaan. Eräs suunnittelijoista mainitsi lisäksi, että tiedostettaessa kuvien katsojan, eli tässä tapauksessa suunnittelijan oman taustan, kuten ennakkoasenteiden vaikutus kuvien tulkintaan, taustalla on pienempi vaikutus tehtyihin tulkintoihin. Suunnittelijat kokevat työnsä tähän astikin sisältäneen paljon tulkintaa, koska kirjallinen palaute ei ole lainkaan yksiselitteistä vaan sisältää paljon tulkinnanvaraisuutta. Kaiken kaikkiaan suunnittelijat kokevat kuvallisen palautteen erittäin informatiiviseksi ja ovat yksimielisiä, että tässä tapauksessa ”kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa” pitää suunnittelijan näkökulmasta täydellisesti paikkansa. Lisäksi he kokevat, että kuntalaisten tuottama kuvallinen informaatio on heidän työnsä näkökulmasta hyvin havainnollistavaa.

*”Siinä mun mielestä aika pitkälti pätee se et kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Et kun ne ihmiset oli saanut itse rajata sen kuvan ja määritellä mitä ne haluaa et siinä kuvassa näkyy, niin se oli mun mielestä jotenkin kauheen kuvaavaa”*

-H3

Perinteisesti kuvallista informaatiota on käytetty esittelemällä kuntalaisille havainnekuvia suunnittelualueista, ja kuntalaiset ovat voineet ottaa havainnekuvien pohjalta kantaa suunnitelmiin, kuten toimittiin myös sähköisessä HARAVA-kyselyssä erilaisten pisteytysten ja karttapisteiden keinoin. Tähän sisältyy kuitenkin suunnittelijoiden mukaan runsaasti ongelmia. Havainnekuvien laatiminen on kallista ja työlästä, koska ne täytyy suunnitella hyvin pitkälle. Toisaalta havainnekuvat eivät yleensä ole yksityiskohtaisia vaan hyvin laatikkomaisia, ja niiden ”lukeminen” vaatii kuntalaisilta paljon. Havainnekuvista saadussa palautteessa otetaankin helposti kantaa esimerkiksi talojen laatikkomaisuuteen, mitä alueelle ei missään nimessä toivota. Suunnittelun alkuvaiheessa rakennusten ulkomuoto kuitenkin vääjäämättä on vielä lähinnä suuntaa antava ”massa”. Siksi suunnittelijat kokevat, että kuntalaisten tuottamat kuvat suunnittelualueesta tarjoaa paremmat mahdollisuudet kuulla heidän mielipiteitään alueesta varhaisessa vaiheessa suunnittelun pohjaksi, kuin havainnekuvat, jotka jättävät liikaa tilaa mielikuvitukselle. Havainnekuvien osalta jokainen kuntalainen kommentoi niitä omien kuvitelmiensa pohjalta, jolloin kommentit eivät itseasiassa koske ”samaa suunnitelmaa”.



*”Se että meillä on talon kohdalla vaan joku laatikkomassa et tähän tulis talo, se jättää niin paljon mielikuvitukselle tilaa ja meidän jokaisen mielikuviin tuottaa siihen eri näkösen vaihtoehdon. Ja silloinhan tavallaan lausutaan ihan erilaisesta asiasta: joku näkee sen, et se just sellanen harmaa betonikönni, joku näkee siinä pitkät parvekkeet ja pelargonioita ikkunoilla ja kaikkee tän tyyppistä ja kun se mielikuviin tuottaa siihen sen erilaisen”*

-H3

### **5.3 Sosiaalisen median mahdollisuudet kuntalaisten osallistamisessa**

Suunnittelijat näkevät yksimielisesti sosiaalisella medially olevan suuri potentiaalin kuntalaisten osallistamisessa, mutta toisaalta he tiedostavat myös sosiaalisen median käyttöön liittyviä haasteita sekä sen käytön mukanaan tuomat osaamisvaatimukset. He nostavat vahvasti esiin sosiaalisen median kautta suunnittelutyöhön saatavan informaation määrään ja laatuun liittyvät kysymykset. Suurimmat ongelmat koetaan liittyvän Facebookiin, jossa keskustelu lähtee helposti sivuraiteille tai keskittyy suunnittelun näkökulmasta liiaksi yksityiskohtiin suunnittelun ollessa selvästi abstraktimmalla tasolla suuremmissa kokonaisuuksissa. Haaste koetaan liittyvän myös informaation määrään, sillä suunnittelijan näkökulmasta arvokas tieto hukkuu helposti vilkkaana käytävään vapaaseen keskusteluun ja merkityksellisen tiedon seulominen esiin vaatii paljon resursseja. Suunnittelijat nimeävätkin resurssien vähyyden keskeiseksi asiaksi keskustelun valvonnan osalta. Jotta keskustelu pysyy annetussa aiheessa ja tuottaa suunnittelijoille käyttökelpoista informaatiota, on oltava nimetty taho, joka ohjaa keskustelua. Sekä suunnittelijoiden rajallinen aika että toiminnan kustannukset nousevatkin haastatteluiden perusteella valvonnan järjestämisen osalta keskeisiksi elementeiksi.

*”kumminkin ne resurssit on rajalliset, että millä sitä somemaailmaa pystyy esimerkiksi siellä töissä pyörittämään”*

-H1

Instagramilla on suunnittelijoiden mukaan osallistamisen näkökulmasta hyvä käytettävyys. Sen käyttö on suunnittelijoille helppoa ja nopeaa, eikä se vaadi samalla tavalla valvontaa eli resursseja kuin Facebook. Instagramissa saa paremmin rajattua aiheen, eikä kaivattu tieto samalla tavalla huku polveilevan keskustelun sekaan. Erityisesti nuorten kohdalla sosiaalinen media nähdään yksimielisesti keskeiseksi väyläksi tavoittaa heidät, mutta Facebook koetaan nuorten näkökulmasta vanhanaikaiseksi ja tiedostetaan, etteivät nuoret käytä sitä. Kuvahaasteen ideoinut suunnittelija uskoo

nuorten näkevän Instagramin myös kanavana vaikuttaa. Sen sijaan epävarmaksi hän nimeää sen, millaiseksi keski-ikäiset mieltävät Instagramin käytön, koska monilla heistä se tuntuu toistaiseksi täyttyvän pääasiassa lomakuvista.

*”Instagram on sinällään mukava, et se on helppo tehdä ja siinä ei jää niin villiä tilaa mielikuvitukselle kuitenkaan”*

-H3

Lisäksi Instagramin nähdään tarjoavan väylän, jossa ei niinkään korostu henkilöt, jotka mielipiteitään ilmaisevat vaan keskiössä pysyy asia. Se tarjoaa myös väylän vaikuttaa anonyymisti ilman julkisuutta, ja mahdollisuuden myös tykätä toisten käyttäjien jakamista kuvista. Facebookin osalta julkisuuteen liittyvien asioiden arvellaan voivan nousta ongelmiksi, sillä omaa elämää koskettaviin asioihin ei välttämättä haluta lähteä kommentoimaan omana itsenään, jolloin ollaan hyvin paljon perinteisen kuulemistilaisuuden kaltaisessa tilanteessa. Tällainen tilanne saattaisi suunnittelijan mukaan syntyä esimerkiksi alueen yksityisille maanomistajille. Suunnittelijat näkevätkin, että osallistumiseen toivotaan erityisesti vähemmän julkisia, kuntalaisen henkilöllisyyden peittäviä keinoja.

*”siinä tää Instagram on mun mielestä valtavan hyvä, että se, se tuo enemmän sen asian mihin pitäis vaikuttaa eikä sitä henkilöä kuka vaikuttaa”*

-H3

Suunnittelijat näkevät sosiaalisen median kaikkiaan uudenlaisena väylänä osallistua. Perinteisille osallistumiskeinoille on etsittävä vaihtoehtoja, koska ne eivät enää saa aktivoitua kuntalaisia. Vaikka perinteisten keinojen nähdään säilyvän myös tulevaisuudessa, on tarve tuoda kuntalaisille uusia väyliä mielipiteen ilmaisuun ilmeinen. Eri väylien nähdään selkeästi tavoittavan eri-ikäisiä ja erilaisissa elämäntilanteissa olevia kuntalaisia. Sosiaalinen media nähdään helpoksi palautteenantoväyläksi niin kuntalaisten kuin suunnittelijoiden näkökulmasta. Kynnys antaa palautetta sosiaalisessa mediassa on selvästi perinteisiä kanavia matalampi ja erityisesti ”peukuttaminen” tarjoaa kuntalaisille helpon mahdollisuuden mielipiteen kertomiseen. Sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet palautteen keräämiseen on suunnittelijoiden näkökulmasta ylipäättään parantaneet mahdollisuuksia saada selville kuntalaisten mielipiteitä oman työn tueksi. Suunnittelijat kaipaavat yksimielisesti selvästi nykyistä enemmän palautetta, joten kaikki keinot sen määrän lisäämiseksi ja erityisesti positiivisen palautteen saamiseksi otetaan suunnittelijoiden keskuudessa innokkaasti vastaan.

*”se semmonen peukuttaminen on sitä kautta aika paljon helpompaa, kun että sä kirjottasit sen paperille ja lähettäisit edes sähköpostilla johonkin niin”*

-H1

Sosiaalinen media tarjoaa lisäksi suuren määrän eri kanavia, joita pitkin suunnittelijat voivat jakaa tietoa ja kertoa suunnitelmista, ei ainoastaan osallistaa kommentoimaan tehtyjä suunnitelmia tai kertomaan mielipiteitä. Koska eri väylät tavoittavat selvästi eri kohderyhmiä, nähdään useiden kanavien käyttö erityisen tärkeäksi. Tiedon leviäminen mahdollisimman laajalle on suunnittelijoiden mukaan keskeistä ja siinä sosiaalisen median tarjoamat väylät nähdään toimiviksi.

*”nyt täällä (kunnassa X) kaavoittajat käyttää Twitteriä ja ne on siellä jakanu vaikka jonkun kyselyn tuloksia ja kyllähän sekin sitten tavoittaa, et kaikilla näillä on niinkun omat käyttäjänsä”*

-H2

Suunnittelijoiden pohtiessa sosiaalisen median mahdollisuuksia kuntalaisten osallistamisessa, nähdään tärkeäksi, että suunnittelijoilla on riittävästi osaamista sosiaalisen median menestyksekkääseen hyödyntämiseen. Sosiaalisen median käyttötaidoissa olisi kehitettävää ja sosiaalinen media myös kehittyy ja muuttuu nopeasti. Suunnittelijat kokevatkin vaikeaksi pysyä mukana nopeassa muutoksessa. Ratkaisu voisi heidän mukaansa löytyä sosiaaliseen mediaan erikoistuneesta henkilöstä, jonka palveluita myös suunnittelijoiden olisi mahdollista käyttää tarvittaessa sen sijaan, että pyrkisivät itse ottamaan haltuun eri sovellusten käytön. Kun saatavilla olisi osaava henkilö, jolla olisi ideoita sosiaalisen median hyödyntämismahdollisuuksista, saataisiin sosiaalista mediaa hyödynnettyä tehokkaasti. Sosiaalisen median käyttöön, erityisesti Facebookiin liittyen suunnittelijat eivät aina voi työnsä puolesta ottaa osaa siellä käytäviin keskusteluihin ja toisaalta joissain tilanteissa he ovat myös pyrkineet välttämään sosiaalisessa mediassa olemista itseään säästääkseen, mitkä aiheuttavat haasteita sosiaalisen median tehokkaalle hyödyntämiselle.

Instagram-kuvahaasteen nähdään toimivan myös muunlaisissa suunnittelukohteissa kuin Kanavanrannan tapaus, ja monipuolisena välineenä se taipuu myös monenlaiseen käyttöön. Esimerkiksi uutta asemakaavaa laadittaessa kuvahaaste nähdään yhdeksi keinoksi järjestää kuntalaisten osallistamista suunnitteluun. Toisaalta myös virkistysalueiden kehittämisessä kuvahaaste voisi toimia hyvin kuntalaisten kertoessa esimerkiksi lempipaikkojaan reitin varrelta. Instagram-kuvahaasteen toteutuksen osalta kokemus opetti, ettei toteutusvaiheessa osattu hyödyntää

kaikkea tarjolla ollutta potentiaalia, koska oma osaaminen ei riittänyt tiedostamaan kaikkia mahdollisuuksia. Kokeilun myötä kuitenkin nopeasti kävi ilmi, kuinka suuri potentiaali Instagramilla on ja tulevaisuutta ajatellen sen potentiaali nähdään suunnittelijoiden mukaan selvemmin. Instagramia voi hyödyntää suunnitteluideoiden keruuseen, mutta myös laajemmin kuntalaisten palaatelatikkona. Ihmiset liikkuvat paljon ja matkoilla nähdään paljon sellaisia yksityiskohtia ja toteutuksia, joista voi saada ideoita suunnitteluun. Esimerkiksi erilaiset esimerkit ja yksityiskohdat kivasta puistonpenkistä tai viihtyisästä istumisalueesta antaisivat suunnittelijoille työkaluja alueen kehittämiseen. Kuvahaastetta voisi hyvien ja huonojen asioiden kuvaamisen lisäksi laajentaa myös siihen, mitä alueelta puuttuu ja mitä sinne toivotaan. Näin olisi mahdollista toteuttaa persoonallisia ratkaisuja.

*”me ei osattu sitä siinä vaiheessa riittävän hyvin tätä Instagramia käyttää eikä...ei vaan niinkun nähty niitä kaikkia”*

-H3

#### **5.4 Instagram-kuvahaaste ja kehittämisraati**

Eteläisen keskustan kehittämisessä kuntalaisten osallistamiseen otettiin käyttöön täysin uuden Instagram-kuvahaasteen lisäksi myös kuntalaisista koostuva kehittämisraati, joka arvioi alueelle laadittuja kehittämissuunnitelmia ja toi suunnitteluun mukaan mahdollisimman laajalla edustuksella kuntalaisten ääntä.

*”se oli nimenomaan rakennettu niin, että joka ikäryhmästä pitäis olla niinkun ihmisiä, jotta se raati ois tasapainoinen”*

-H2

Suunnittelijat hakivat alkuvaiheen osallistamisella vahvistusta omille näkemyksilleen kuntalaisten mielipiteitä kuulemalla ja toisaalta olivat avoimia kaikelle tiedolle ja ideoille mitä osallistamisen tulokset voisi heille tarjota. Kehittämisraadissa Instagram-kuvahaasteen kuvat sekä HARAVA-vastaukset edustavat myös kuntalaisten mielipidettä.

*”ja siitä (kuvahaasteesta) me saatiin hyvin vahvistusta siihen et onko meidän näkemykset samoja kun niitten ketkä osallistu tähän”*

-H3

Kuvahaasteen tulokset esiteltiin kehittämisraadin jäsenille samassa yhteydessä HARAVA-kyselyn tulosten kanssa, mutta kuvahaasteen kuvia ei sen enempää hyödynnetty raadin työskentelyssä. Raadin vetäjänä toiminut suunnittelija koki toisaalta, että kuvien vähäisestä määrästä johtuen niillä ei ollut annettavaa raatilaisille, mutta tärkeämmäksi syyksi kuvien hyödyntämättä jättämiselle hän koki raatilaisten vahvan suuntautumisen suunnittelualueen nykytilan sijaan uuden suunnitteluun. Lisäksi kyseisen suunnittelualueen tapauksessa tilanne on pitkälti se, että suurin osa alueen rakennuksista, jotka esiintyivät myös #kanavanrantano-tunnisteella tullaan joka tapauksessa purkamaan ja kuntalaisten epämiellyttäviksi kokemat asiat poistuvat tätä kautta ns. automaattisesti. Tällöin raadin jäsenten ei tarvinnut viedä tätä viestiä eteenpäin suunnitteluprosessissa. Kuitenkin nyky-ympäristöä säilyttävän suunnittelun kohdalla, mietittäessä säilytettäviä rakennuksia tai tärkeitä paikkoja lähtötilanne olisi hyvin erilainen. Instagram-kuvahaasteen kuvien sijaan raadin työskentelyn tukena käytettiin HARAVA-kyselyn kartta-aineistoja, johon tuli vastauksia määrällisesti moninkertaisesti kuvahaasteeseen verrattuna.

*”mää en korostanut tän (kuvahaaste) painoarvoa, koska näitä kuvia oli niin vähän”*

-H4

*”tää oli nyt aika ääripää sitten että, kun ajatus on että ne kaikki lähtee pois ne nykyiset rakennukset”*

-H4

*”he oli niin voimakkaasti jo suuntautuneet siihen niinkun uuden suunnitteluun. Et heil oli niinkun näkemys siitä et mitä sinne pitää tulla, sitten nää (Instagram-kuvat) kun enemmän oli tätä niinkun nykytilannetta”*

-H4

Suunnittelijat pitivät ajatusta Instagram-kuvahaasteen tuottaman informaation käyttämisestä osana kehittämisraadin työskentelyä hyvänä. Kaikenlainen tieto kuntalaisten mielipiteistä toimisi kehittämisraatilaisten työskentelyä tukevana. Kanavanrannan tapauksessa kuntalaisten mielipidettä raatilaisten työskentelyyn tuoneet HARAVA-kyselyn karttapohjat, sisälsivät kuntalaisten merkitsemiä rakennuksia, jotka heidän mielestään tulisi purkaa tai heidän viihtyisiksi kokemiaan paikkoja. Niiden tuoma informaatio oli pitkälti samansisältöistä kuin kuvahaasteen tuottama tieto.

Karttapisteiden osalta samassa sijainnissa voi ”vastakkaisia mielipiteitä”, jolloin muulla käytössä olevalla informaatiolla saattaa olla ratkaiseva merkitys raatilaisten muodostaessa käsitystä laajemmin kuntalaisten mielipiteistä. Suunnittelijat näkevät kehittämisraadin työskentelyn kannalta hyväksi, että siihen osallistuvilla kuntalaisilla on käytettävissään laajasti aineistoa, josta voi päätellä mahdollisimman kattavasti kuntalaisten mielipiteitä. Tällöin he voivat viedä kuntalaisten äänenä eteenpäin aidosti sitä viestiä, joka on suuremman joukon mielipide.

*”Että kun ihminen mielellään kai jotenkin nojautuu semmoseen parviälyyn että, että ikäänkuin mitähän yleisö on tästä tai mitä lauma on yleisesti tästä mieltä. Niin se saattaa vahvistaa sitten sitä omaa uskoo omiin mielipiteisiin, että ai tääl on niinku monta muutakin vähän niinku tätä samaa mieltä”*

-H2

## **5.5 Mitä suunnittelijat oppivat Instagram-kuvahaasteen toteutuksesta?**

Suunnittelussa nimettiin selkeä kohderyhmä, nuoret, joiden osallistamiseksi ryhdyttiin suunnittelemaan uusia keinoja. Nuoret käyttävät runsaasti sosiaalista mediaa ja erityisesti Instagramia. Kuvahaastetta pyrittiin tuomaan nuorten tietoisuuteen mainostamalla kuvahaastetta kouluissa ja julkisissa tiloissa. Paperisten ilmoitustaulujen lisäksi kuvahaasteen mainos pyöri koulujen aulatuissa. Suunnittelijat totesivat jälkikäteen, etteivät mainokset välttämättä kuitenkaan tavoittaneet kohderyhmää halutulla tavalla. Mainostusta kannattaisi suunnata enemmän sähköisiin viestimiin, erityisesti sosiaaliseen mediaan, jossa nuoret ovat läsnä.

*”onko se sitten kumminkin tälle kohderyhmälle vähän vanhanaikaista, niinkun tämmönen paperimainos jossain kirjaston ilmoitustaululla”*

-H1

Suunnittelijat näkevätkin, että nuoria olisi saatu osallistumaan haasteeseen toteuttamalla se osana koulun opetusta, minkä toimivuudesta on aiempi positiivinen kokemus. Myös aktiivinen toiminta, vierailu oppilaitoksissa olisi vienyt viestiä osallistumismahdollisuudesta ja osallistumisen merkityksestä passiivisempaa ilmoittelua paremmin nuorten tietoisuuteen. Tätä ajatusta tuotiin suunnitteluvaiheessa esiin, muttei kuitenkaan lopulta toteutettu. Lisäksi ajankohta nimenomaan koululaisten ja opiskelijoiden näkökulmasta oli jälkikäteen ajateltuna haastava, koska se ajoittui vuoden vaihteeseen, jolloin oppilaitoksissa on loma-aika.

*”Olisko se ollut juuri niin, että koululaiset oli lähtenyt joululomille tai lähdössä...niin että se ei ehkä se ajankohta...”*

-H2

Jälkikäteen tarkasteltuna suunnittelijat kokivat ajankohdan lisäksi haastavaksi myös aikataulun. Aikaa Instagram-kuvahaasteen mainostamiselle ja osallistamisesta tiedottamiselle ei jäänyt tarpeeksi. Toisaalta myös aikaa kuvahaasteeseen osallistumiseen oli varattuna varsin lyhyt aika, alle kaksi kuukautta, kun huomioidaan sen sijoittuminen talviaikaan, jolloin ihmiset ikään katsomatta liikkuvat Kanavanrannan suunnittelualueella vähemmän, eikä alueelle oleskella kuten kesällä.

*”... ehkä juuri se ajankohta, että se ajotettas niin, että se alue on lähestyttävä...”*

-H2

Tiedusteltaessa suunnittelijoilta, mainostettiin Instagram-kuvahaastetta lainkaan suunnittelun kohteena olevalla alueella, josta kuvahaasteeseen toivottiin saatavan kuvia, todettiin ettei tietoa ollut saatavilla alueella. Jälkikäteen ajatellen suunnittelijat pitivät ideaa osallistumismahdollisuuden mainostamisesta suunnittelun kohteena olevalla alueella hyvänä ja näkivät tämänkaltaisen ”näkyvyyden” puuttumisen katukuvassa selväksi puutteeksi. Suunnittelijat näkevät, että markkinointiin tarvittaisiin enemmän panostusta ja erillistä markkinointiresurssia. Suunnittelijat kokevat, että juuri tällaisissa, heidän oman osaamisensa ulkopuolisissa asioissa avuksi kaivataan lisäresurssia, esimerkiksi kaupungin markkinointiosastoa, joka saisi aivan eri tavalla nostettua kuvahaastetta esiin ja tuotua tuoreita ideoita markkinoinnin toteutukseen.

Kaikkiaan suunnittelijat kokevat uuden osallistamismenetelmän kehittämisen ja kokeilun toimineen hyvin, vaikkei kuvia lukumääräisesti saatu paljon. Kokemus osoitti paljon asioita, jotka toteuttamalla toisin, voi vaikuttaa myös saatavien kuvien määrään. Ensimmäisellä kerralla suunnittelijoilla ei ollut taitoa kuvahaasteen toteutuksesta ja tavoite oli lähinnä selvittää, olisiko sen avulla mahdollista saada tukea omaan työhön. Tässä suhteessa kuvahaaste osoittautui erittäin toimivaksi, ja sen avulla saatiin palautetta suunnitelmien oikeasta suunnasta.

*”ihan kaikkienensa vaan se oli jotenkin kauheen positiivinen kokemus vaikkei sieltä sitten niitä kuvia ihan hirveitä määrää tullutkaan”*

-H1

*”et kun tämmösen ekaa kertaa tekee, niin siinä itekin kaipaas sitä varmistusta siihen et joo, et hei tää on toimiva tää tapa”*

-H3

Jälkikäteen arvioiden myös kuvahaasteen toteutukseen tarvitsee panostaa enemmän resursseja. Koska suunnittelijoilla on ylipäättään töitä ajoittain liian paljon resursseihin nähden, tulisi kyetä osoittamaan kuvahaasteen toteutukseen selkeät resurssit, jotta siihen on mahdollista keskittyä riittävästi. Suunnittelijoiden mukaan suuremmalla panostuksella kuvahaasteesta olisi voitu saada enemmän irti, ja erityisesti jalkautumisella kuntalaisten joukkoon nähdään mahdollisuuksia päästä parempaan tulokseen. Kaikkiaan hankkeesta olisi pitänyt pystyä tekemään kuntalaisille helpommin lähestyttävä, eikä luottaa siihen, että tieto tavoittaa heidät muuta kautta. Nähdään, ettei pelkkä Instagram-kuvahaaste riitä, jos sitä ei saada ihmisten tietoisuuteen niin paljon, että osallistuminen alueen suunnitteluun alkaa kiinnostaa.

*”sitten se niinkun käytännön toteutus, että sitä olis voinu ehkä vielä vähän enempi rummuttaa jo etukäteen, niin siihen olis saanut ehkä paremmin sitten ihmisiä mukaan, että enempi lehtijuttua ja”*

-H1

Suunnittelijat näkevät kaikkiaan positiiviseksi, jos ihmiset kuvahaasteeseen osallistumisen kautta kokevat voivansa vaikuttaa asioihin. Nykyisessä kaavaprosessissa jätetään lähinnä valituksia, ja jos valitus ei mene läpi, koetaan ettei asioihin ole voitu vaikuttaa eikä heitä kuunnella. Nähdään myös, että siinä vaiheessa prosessi on yleensä jo niin pitkällä, ettei kuntalaisilla ole enää mahdollisuuksia vaikuttaa suurempiin kokonaisuuksiin, jotka määrittävät esimerkiksi kuntalaisten elämänlaatua.

Kuvahaasteen toteutuksen osalta jäi myös paljon sen potentiaalista hyödyntämättä, ja sitä voisi vielä myöhemmin hyödyntää hankkeen edetessä kehittämällä osallistumismenetelmää paremmaksi. Myöhemmässä vaiheessa tehtäessä varsinaista rakennussuunnittelua, olisi oivallinen tilaisuus uudelle Instagram-kuvahaasteelle, jossa kuntalaiset voisivat ideoida Kanavanrantaan tulevia toimintoja ja kehittää muualla toteutettuja ideoita omaan kaupunkiin sopivaksi. Kokeilemalla Instagram-kuvahaastetta, suunnittelijoille syntyi uusia ideoita sen hyödyntämismahdollisuuksista, joten ensimmäinen toteutuskerta ei ainoastaan osoittanut kuvahaasteen toimivuutta vaan myös sen, kuinka laajasti sitä on mahdollista käyttää suunnittelun edetessä.



*”Mutta ehkä ne, me voidaan tässä vielä jatkaa tässä hankkeessa se ei oo vielä loppu ja sitten toivottavasti me opitaan nyt tästä omista virheistä se, että miten pitäis ”*

-H3

## **6 UUSIEN OSALLISTAMISMENETELMIEN POTENTIAALI**

Älypuhelinien yleistymisen, sosiaalisen median suosio ja valokuvien jakamisen kulttuuri luovat puitteita uudennaiselle osallistamiselle. Kuten Nummi (2018, 102) on todennut, sosiaalinen media on tullut osaksi arkea suurelle osalle ihmisistä. Osallistamisen tapahtuminen siellä, missä ihmiset muutenkin ovat, oli se sitten fyysinen tai virtuaalinen ”paikka”, tuo osallistumisen lähemmäs ihmisiä ja madaltaa kynnystä kertoa omia mielipiteitään. Sosiaalinen media kuitenkin muuttuu nopeasti. Toisten sovellusten suosia kasvaa toisten vähetessä ja sosiaalisen median synnyttämä yhteisöllisyys saa uusia muotoja esimerkiksi tiedonjakamisen kulttuurin muuttuessa. Instagram-kuvahaaste on hyvä esimerkki sosiaalisen median hyödyntämisestä osallistamisessa. Erityisesti nuorten suosiossa tällä hetkellä oleva sovellus perustuu kuvien jakamiseen, käyttäjien kertoessa toisilleen ajatuksiaan kuvallisin keinoin. Miksei siis samaa kanavaa voisi käyttää myös yhteisiin asioihin, kuten asuinympäristöä koskevaan päätöksentekoon vaikuttamiseen.

Leinon (2006) esiin nostaman hiljaisen enemmistön sekä erityisryhmien, kuten Rytiojan ja Kallion (2018) tutkiman nuorison osallistaminen ei ole helppoa. Kuinka aktivoida aiempaa suurempi osa kuntalaisista kiinnostumaan ja osallistumaan? Nuoret kokevat Rytiojan ja Kallion (2018) mukaan vaikutusmahdollisuutensa heikoiksi, mutta toisaalta nuorten tavoittamiseksi kehitetty osallistamismenetelmä ei kuitenkaan välttämättä aktivoi nuoria. Valkeakosken eteläisen keskustan suunnittelussa lähdettiin etsimään uudenlaisia tapoja osallistaa kuntalaisia sijainniltaan keskeisen alueen suuren mittakaavan uudistuksen suunnitteluun heti suunnittelun alkuvaiheessa. Sosiaalisella medialla nähtiin suuri potentiaali monestakin syystä: perinteisiin osallistamiskeinoihin nähden se tarjoaa kuntalaisille helpon ja nopean tavan osallistua suunnitteluun kertomalla mielipiteensä sekä jakamalla ideoitaan ja tietojaan suunnittelijoille, ja tätä ovat tuoneet esiin tutkimuksissaan viimeisen vuosikymmenen aikana muun muassa Kyttä ja Kahila (2006) sekä Honkala ja Nissinen (2012). Toisaalta suunnittelijat nimesivät keskeiseksi myös Kytän ja Kahilan (2006) aiemmin esiin nostaman tarpeen anonyymille osallistumistavalle. Kuten Nummi (2018) totesi, sosiaalinen media tuo

suunnittelijoille mahdollisuuksia kommunikoida kuntalaisten kanssa ja Valkeakosken esimerkkitapauksen perusteella on selvästi nähtävissä suunnittelijoiden voimakas mielenkiinto sosiaalisen median käyttöön. Instagram-kuvahaasteen kokeilu lähti liikkeelle suunnittelijoiden kiinnostuksesta kehittää uudenlaisia tapoja osallistaa kuntalaisia Kanavanrannan suunnitteluun, minkä Kahila-Tani ja Kyttä (2017, 141) ovatkin todenneet olevan tyypillisesti lähtökohtana, ja tällaisen kokeilun kautta kuvahaaste voikin myöhemmin vakiintua myös laajempaan käyttöön.

Vaikka kiinnostusta sosiaalisen median hyödyntämiseen ja valitun Instagram-kuvahaasteen toteutukseen löytyi runsaasti, suunnittelijoilta puuttui kuitenkin osaaminen sekä resursseja sosiaalisen median hyödyntämiseen osallistamisessa. Ulkopuolinen konsultti toi suunnittelutiimiin puuttuvaa osaamista sosiaalisen median hyödyntämisen mahdollisuuksista ja myös idean nimenomaan täysin uudenlaisen osallistamiskeinon, Instagram-kuvahaasteen käyttämisestä varhaisen vaiheen osallistamisessa. Instagram-kuvahaaste, kuten myös HARAVA-kysely ja kehittämisraati tarjoavat vaihtoehtoja kuntalaisten osallistamiseen nimenomaan maankäyttö- ja rakennuslain uudistamisessa tärkeäksi nimetyssä varhaisessa vaiheessa (Ympäristöministeriö 2018, 10), jonka merkityksellisyyttä on nostanut tutkimuksessaan esiin myös Kahila-Tani ja Kyttä (2017). Tässä mielessä uusien osallistamismenetelmien ennakoluuloton kokeilu on pyrkinyt vastaamaan niin lainsäädännön muuttuviin vaatimuksiin kuin yleisemmin osallistamisen merkityksen lisääntymiseen yhteiskunnassa.

Vähäisestä kuvien määrästä huolimatta kokemus osoitti suunnittelijoille selvästi kuvahaasteen potentiaalin ja jatkokehittelyn moninaiset mahdollisuudet niin uusien alueiden suunnittelussa kuin olemassa olevien toimintojen kehittämisessä. Osaltaan Instagram-kuvahaasteen potentiaalista kertoo myös käyttäjien Kanavanrannan alueelta jakamien kuvien suuri määrä. Kuvissa oli edustettuna niin alueella tärkeiksi ja säästettäväksi koetut puistot ja ranta-alue kuin rumiksi koetut nykyiset rakennukset. Kuntalaisten huomioita ja mielipiteitä asuinympäristöstään on siis löydettävissä Instagramissa jaettujen kuvien kautta, myös esimerkkitapauksen osalta laajentamalla tunnisteita. Olisikin mielenkiintoista selvittää esimerkiksi kaupungin keskusta-alueen kehittämisen taustatiedoksi, millaisia kuvia alueesta on jaettu Instagramissa, ja mitä jaettujen kuvien, niiden tunnisteiden sekä niihin liitettyjen tekstien avulla olisi mahdollista saada kuntalaisten mielipiteistä selville. Myös tätä kautta Instagramilla voisi olla annettavaa suunnittelijoiden työn tueksi.

Kuvahaastetta voidaan käyttää laajasti erilaisissa suunnittelutilanteissa, joten tapauskohtaisesti kuvahaaste voi tarjota myös kehittämisraadien työstettäväksi paljon käyttökelpoista tietoa.

Kanavanrannan suunnittelussa käyttöönotettujen osallistamiskeinojen nähtiin toimivan hyvin toisiaan tukien ja erityisesti ajatus kuntalaisten osallistamisesta mahdollisimman laajasti eri-ikäisten ja eri taustaisten kuntalaisten keskuudesta mahdollistuu useita eri osallistamiskeinoja käyttämällä perinteisten kuulemistilaisuuksien rinnalla. Tällöin voi toteutua Leinon (2000, 2006) esiin nostamat ”pienimuotoinen ja spontaani” sekä ”arkinen ja epämuodollinen” osallistuminen, ja on luotu väyliä niin kiireistä arkea eläville kuntalaisille kuin hiljaiselle enemmistöllekin tuoda ääntään kuuluville. Instagram-kuvahaaste vastaa useisiin osallistamisen kehittämisessä esiin nostettuihin haasteisiin. Se tekee osallistumisesta helppoa ja anonyymiä, mahdollistaa spontaanin osallistumisen ja toimii hyvin suunnittelun varhaisessa vaiheessa muiden osallistamismenetelmien rinnalla.

Osallistumisen tärkeydestä on vähintään yhtä tärkeä kertoa kuin uudesta osallistamismenetelmästä. Erityiseksi tämän tutkimuksen esimerkkitapauksessa kohderyhmäksi nimetyt nuoret, joiden mielipidettä suunnitteluprosessiin Instagram-kuvahaasteen avulla erityisesti kaivattiin, eivät lopulta aktivoituneet heille räätälöidystä osallistumiskanavasta huolimatta, mikä varmasti on enemmän monen yksittäisen asian, kuten vähäisten resurssien, aikataulun ja ajankohdan summa kuin osoitus Instagramin sopimattomuudesta osallistamiseen. Kuten todettua, Instagram on nuorten suosiossa niin Suomessa kuin Yhdysvalloissa (Anderson & Jiang 2018, Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019) ja laajemminkin kuvien jakamisen avulla kuntalaisille aukeaa kanava kertoa Bambergin (2012, 49) esiin tuomia merkityksiä, joita on vaikea pukea sanoiksi. Lisäksi erilaiset Instagramissa järjestettävät ”kuvakisat”, joissa etsitään muun muassa parhaita kesäkuvia tai hauskimpia kuvamuistoja tapahtumista ovat selvästi kasvattaneet suosiotaan, kertoen varmasti ihmisten halusta jakaa kuviaan sosiaalisen median kautta toisille käyttäjille sopivissa ”yhteisöissä”.

Nuorten tietoisuus vaikuttamismahdollisuuksista sekä siitä kuinka tärkeä heidän mielipiteensä on suunnittelijoille, motivoi osallistumaan. Pelkkä Instagram-kuvahaasteen mainos ilmoitustaululla ei kerro tätä viestiä nuorille. Esiin tuotu tiiviimmän yhteistyön mahdollisuus oppilaitosten kanssa voisi jatkoa ajatellen olisi kokeilemisen arvoinen, sillä se taustoittaisi nuorille selvästi myös sen, miksi heidän mielipiteellään on merkitystä. Kaikkiaan sosiaalisessa mediassa toteutettu kuvahaaste ja etenkin Instagramin kokeileminen väylänä osallistaa niin nuoria kuin muitakin erityisryhmiä voi jatkokehittelyllä muodostua toimivaksi tavaksi saada juuri ne mielipiteet kuulluksi, jotka aiemmin ovat puuttuneet suunnittelusta lähes täysin ja näin erityisryhmillä olisi mahdollisuus osallisuuteen aiempaa ylempänä osallisuuden portailla (esim. Turja & Fonsén 2010, THL 2019).

Sipoon Nikkilässä toteutetun Muistojen Nikkilä-projektin kuvamuistojen jakamiseen Instagramissa oli aikaa kokonainen vuosi kesäkuusta 2016 kesäkuuhun 2017, jonka aikana aihetunnisteella #muistojennikkilä jaettiin yhteensä 191 kuvaa (Nummi 2018). Verrattuna Nikkilän tapaukseen, Kanavanrannan Instagram-kuvahaasteen tulosta, 21 kuvaa ei voida lyhyt vastausaika, haastava vuodenaika ja puutteet tiedottamisessa sekä markkinoinnissa huomioon ottaen pitää lainkaan huonona. Kokeiltavana kuitenkin oli täysin uudenlainen osallistamiskeino niin suunnittelijoille kuin kuntalaisille.

Kuvahaasteen, HARAVA-kyselyiden ja kehittämisraadin muodostama kokonaisuus tuo uusia mahdollisuuksia ottaa kuntalaisten ideoita ja ajatuksia huomioon suunnittelutyössä. Uudenlaisten osallistamismenetelmien kehittämisen kannalta olisi mielekästä kehittää Instagramissa jaettujen kuvien sekä HARAVA-aineistojen käyttöä kuntalaisten mielipiteiden välittäjänä ja pohtia erilaisia tapoja hyödyntää niitä suunnittelijoiden ja kehittämisraadin työskentelyssä. Valokuvien koetaan välittävän informaatiota hyvin ja kuvien ottamisen ja jakamisen helppous ja nopeus erottaa ne selkeästi HARAVA-kyselyiden vastauksista. Voi siis olettaa näiden kahden keinon tavoittavan eri kohderyhmiä, jolloin molempien käyttö toisiaan täydentäen on perusteltua ja ne toisivat myös raadin työskentelyn tueksi esiin eri ryhmien mielipiteitä. Kehittämisraadissa kuntalaisten osallistaminen on siinä käytävän dialogin ansiosta selvästi ylemmällä tasolla Arnsteinin (1969) osallisuuden portaissa verrattuna kyselyihin, jossa kyse on palautteen keräämisestä. Kehittämisraadin käyttäessä työskentelynsä tukena muiden kuntalaisten HARAVA-kyselyn ja Instagram-kuvahaasteen kautta tuottamaa materiaalia, on kuntalaisten osallisuus kokonaisuudessaan varsin korkealla tasolla.

Vaikka uudet osallistamismenetelmät lisäävät kuntalaisten mahdollisuuksia mielipiteiden ilmaisemiseen, ei asukkaiden ja suunnittelijoiden välille kuitenkaan välttämättä synny Staffansin (2004) peräänkuuluttamaa aitoa vuoropuhelua. Kehittämisraadissa keskusteluyhteys on olemassa, mutta kuten suunnittelija toi esiin, voi raatilaisilla olla vaikea ymmärtää, ettei kaikkia ideoita sellaisenaan ole mahdollista toteuttaa suunnittelun edetessä, ja tästä johtuen vuoropuhelusta voi muodostua varsin ongelmallista kuntalaisten kokiessa itsensä pahimmillaan petetyiksi. Toisaalta on hyvä muistaa, ettei sosiaalinen media tarjoa kaikille luontevaa vaikuttamisen kanavaa, kuten Salmijärvi (2014, 34) on todennut, ja tämän vuoksi on tärkeää uusia osallistamiskeinoja käyttöön otettaessa ja etenkin niiden yleistyessä huolehtia perinteisten väylien säilymisessä ja tarvittaessa myös ei-sähköisen osallistumisen kehittämisestä vuorovaikutteisuuden lisäämiseksi. Vaikka anonyymille osallistumiselle nähdään tarvetta, on tärkeää säilyttää myös mahdollisuus aidolle

kohtaamiselle, jonka kautta kaupunkisuunnittelun ja suunnittelijoiden tunnettuus lisääntyy ja osallistumisen kynnys voi madaltua.

Kaiken kaikkiaan Kanavanrannan suunnittelussa on käytetty laajasti uusia osallistumiskeinoja, joissa on pyritty tuomaan mukaan selvästi perinteisiä keinoja visuaalisempia elementtejä. Sanallisen palautteen lisäksi tai jopa sen sijaan on ollut mahdollista pisteyttää havainnekuvia ja tehdä merkintöjä karttoihin sekä ottaa valokuvia. Vaikkei kuvahaasteeseen saatu suurta määrää kuvia, osoittaa Kanavanrannan Instagram-kuvien tätä selvästi suurempi määrä kuitenkin sen, että kuntalaiset ovat ahkeria kaupunkimiljöötä kuvaavien kuvien jakajia. Selvää on, että kuntalaisen on oltava kuvahaasteesta tietoinen voidakseen osallistua siihen ja toisaalta on annettava riittävästi aikaa niin kuvahaasteen olemassa olon ja oman mielipiteen merkityksellisyyden sisäistämiseen kuin siihen osallistumiseenkin. Kuntalaiset ovat jo löytäneet Instagramin, seuraavaksi se tulisi nähdä keinona osallistua ja vaikuttaa. Myös kansalaisaktiivisuuden lisääntyminen sosiaalisen median myötä on synnyttänyt neljännen sektorin, mikä on ilmiönä mielenkiintoinen ja luo potentiaalia uusien osallistamismenetelmien kehitykselle.

## LÄHTEET

- Anderson, M. & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center. Haettu osoitteesta <https://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> 11.4.2019.
- Anttiroiko, A.-V. (2003). *Kansalaisten osallistuminen, osallisuus ja vaikuttaminen tietoyhteiskunnassa*. Teoksessa: Bäcklund, Pia (toim.). Tietoyhteiskunnan osallistuva kansalainen. Tapaus Nettimaunula.
- Arnstein, S. R. (1969). *A ladder of citizen participation*. Journal of the American Planning Association. 35 (4), 216-224.
- Bamberg, J. (2005). *Internet julkisena toimintatilana: osallistuvaa verkon käyttöä paikallisessa ympäristökiistassa*. Tiedotustutkimus 28(3), 3-15.
- Bamberg, J. (2012). *Shaping places online. Exploring the potential of the Internet for public engagement in spatial local governance*. Academic dissertation. Acta Universitatis Tamperensis 1717. University of Tampere. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print Tampere.
- Boy, J. D. & Uitermark, J. (2016). *How to Study the city on Instagram*. PLoS ONE 11(6): e0158161. Haettu osoitteesta <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0158161> 1.5.2018
- Bäcklund, P., Häkli, J. & Schulman, H. (toim.) (2017). *Kansalaiset kaupunkia kehittämässä*. Tampere university press.
- Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut (2019). *Suomessa asuvien 13-29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo*. Haettu osoitteesta <https://www.ebrand.fi/somejanuoret2019/> 11.4.2019
- Eskola J. & Suoranta, J. (2008). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 8. painos Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Henriksson, A. (2008). Tutkimusmenetelmät- Käytetyt materiaalit. Teoksessa Karppi, I. & Henriksson, A. (toim.) *Yhteistä visiota etsimässä. Kehittämiskohteena Lempäälän keskusta*. Tampereen yliopisto, yhdyskuntatieteiden laitos. Tampere.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2010). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Gaudeamus Helsinki University Press.

Häikiö, L. (2005). *Osallistumisen rajat. Valta-analyysi kestävän kehityksen suunnittelusta Tampereella*. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.

Harju, P. (1988). *Yhteissuunnittelu asuinalueiden kehittämisessä. Raportti SOFY-projektin kenttäkokeilusta*. Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulutuskeskus, Teknillinen korkeakoulu, Espoo.

Honkala, S. & Nissinen, K. (2012). *Voiko peukuttamalla muuttaa maailmaa? Sosiaalinen media kansalaisvaikuttamisessa – oppimisen paikka kansalaisjärjestöissä*. Pro gradu-tutkielma. Tampereen yliopisto, kasvatustieteiden yksikkö.

Instagram. (2018). Ohje- ja tukikeskus. Haettu osoitteesta <https://help.instagram.com/> 20.4.2018.

Jämsén, A. & Pyykkönen, A. (2014). *oSallisuuden jäljillä*. oSallisuushanke Salli. Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry. Haettu osoitteesta <https://www.pksotu.fi/pksotu/wp-content/uploads/2018/02/oSallisuuden-j%C3%A4ljill%C3%A4-verkkoversio-pakattuna-16052014.pdf> 23.4.2019.

Kahila-Tani, M. & Kyttä, M. (2017). Laajapohjaisella vuorovaikutuksella kohti vaikuttavaa osallistumista. Teoksessa Bäcklund, P., Häkli, J. & Schulman, H. (toim.). *Kansalaiset kaupunkia kehittämässä*. (s. 137-160). Tampere university press.

Kallio, K.P. (2012). *Paikka politiikan välineenä. Nuorten artikuloimaton arkipolitiikka*. Teoksessa Strandell, H., Haikkola, L. & Kullman, K. (toim.) *Lapsuuden muuttuvat tilat* (s. 119–145). Tampere: Vastapaino.

Karppi, I. (2008). ”Tiedon markkinat”: tiedon tarjonta ja näkemysten kysyntä. Teoksessa Karppi, I. & Henriksson, A. (toim.): *Yhteistä visiota etsimässä. Kehittämiskohteena Lempäälän keskusta*. Tampereen yliopisto, yhdyskuntatieteiden laitos. Aluetieteen verkkojulkaisuja 6/2008. Tampere.

Karppi, I. & Palander, T. (2013). *Luovaa yhdyskuntakehittämistä Hääkiven tulevaisuuslaboratoriossa*. Kunnallistieteellinen aikakauskirja 4/13: 454-466.

Kettunen, P. (2002). Miksi osallistumisesta puhutaan? Osallistumisen kehittäminen suomalaisissa kunnissa. Teoksessa Bäcklund, P., Häkli, J. & Schulman, H. (toim.): *Osalliset ja osajat. Kansalaiset kaupungin suunnittelussa*. (18-35) Gaudeamus, Helsinki.

Kuntalaki 410/2015. Annettu Helsingissä 10.4.2015.

Kyttä, M. & Kahila, M. (2006). *PehmoGIS Elinympäristön koetun laadun kartoittajana*. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja. Teknillinen korkeakoulu, arkkitehtiosasto. Otamedia Oy Espoo.

Leino, H. (2000). *Ranta-Tampellan ja Vuoreksen alueiden suunnittelun osallistumiskäytäntöjen kuvaus ja vertailu*. Tutkimus uuden maankäyttö- ja rakennuslain soveltamisesta Tampereella. Tampereen kaupunki, Tampere.

Leino, H. (2006). *Kansalaisosallistuminen ja kaupunkisuunnittelun dynamiikka. Tutkimus Tampereen Vuoreksesta*. Väitöskirja. Acta Universitatis Tamperensis 1134. Tampereen yliopisto, yhdyskuntatieteiden laitos. Otamedia Oy Espoo.

Lehmuskallio, A. T. (2012). *Pictorial Practices in a "Cam Era" – Studying non-professional camera use*. Academic dissertation. Acta Universitatis Tamperensis. University of Tampere, School of Communication, Media and Theatre. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print Tampere.

Luukkonen, I. (2017). *Valokuvan ajallisuus. Maiseman kerrostumista ajan kokemukseen*. Aalto-yliopiston julkaisusarja DOCTORAL DISSERTATIONS, 147/2017. Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu. Aldus, Lahti.



Lux Helsinki (2018). #valohaaste. Haettu osoitteesta <https://www.luxhelsinki.fi/valohaaste/> 17.10.2018.

Maankäyttö- ja rakennuslaki 123/1999.

Manno, A. & Shahrabi, K. (2010). *Web 2.0: How It Is Changing How Society Communicates*. Annual National Conference, Louisville, KY. Haettu osoitteesta <https://www.asee.org/documents/sections/middle-atlantic/fall-2009/01-Web-20-How-It-Is-Changing-How-Society-Communicates.pdf> 1.5.2018.

Mäenpää, P., Faehnle, M. & Schulman, H. (2017). Kaupunkiaktivismi, jakamistalous ja neljäs sektori. Teoksessa Bäcklund, P., Häkli, J. & Schulman, H. (toim.). *Kansalaiset kaupunkia kehittämässä*. (s. 239-259). Tampere university press.

Niininen, T. (2008). Vuorovaikutus suunnittelussa ja kommunikatiivinen teoria. Teoksessa Karppi, I. & Henriksson, A. (toim.) *Yhteistä visiota etsimässä. Kehittämiskohteena Lempäälän keskusta*. Tampereen yliopisto, yhteiskuntatieteiden laitos.

Nummi, P. (2007). *Verkko-osallistuminen kaavoituksen tukena. Käyttäjäkeskeinen näkökulma työkaluihin ja menetelmiin*. Diplomityö. Teknillinen korkeakoulu, arkkitehtiosasto.

Nummi, P. (2018). *Crowdsourcing Local Knowledge with PPGIS and Social Media for Urban Planning to Reveal Intangible Cultural Heritage*. Urban Planning, 3(1), 100–115.

Omnicores (2019). *Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*. 6.1.2019. Haettu osoitteesta <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/> 11.4.2019.

Paldanius, J. (1997). *Vuorovaikutteisen suunnittelun kokemuksia Suomessa*. Ympäristöministeriö, ympäristöpolitiikan osasto. Helsinki.

Roininen, J., Horelli, L. & Wallin, S. (2003). *Osallistuminen ja vuorovaikutus kaavoituksessa. Seurannan ja arvioinnin viitekehys ja menetelmät*. Suomen ympäristö 664. Ympäristöministeriö. Edita Prima Oy, Helsinki.

Rose, G. (2007). *Visual Methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials*. 2<sup>nd</sup> ed. SAGE Publications Ltd. London.

Rouhiainen, V.-P. & Viinamäki, K. (2015). *Osallisuuden portaat kehitysvammaisten työ- ja päivätoiminnassa*. Opinnäytetyö (YAMK), Kuntoutuksen koulutusohjelma. Satakunnan ammattikorkeakoulu.

Rytioja, A. & Kallio, K.P. (2018) *Opittua käsitteistöä vai koettua yhteiskunnallisuutta? Pohdintoja kansalaisuudesta lasten ja nuorten näkökulmasta*. Sosiologia 55(1), 6–27.

Salmijärvi, S. (2014). *Mahdollistaako sosiaalinen media osallisuutta? Ei vihapuheelle -liikkeen vapaaehtoisten kokemuksia osallisuudesta sosiaalisessa mediassa*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö. Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma.

Silva, T.H., Vaz de Melo, P.O.S., Almeida, J.M., Salles, J. & Loureiro, A.A.F. (2013). *A picture of Instagram is worth more than a thousand words: Workload characterization and application*. Proceedings of the IEEE international conference on distributed computing in sensor systems. Cambridge, Mass.: IEEE. Haettu osoitteesta <https://pdfs.semanticscholar.org/5481/d3c7105a8cd42e3400286d3bc964ba89ae5b.pdf> 1.5.2018.

Smith, A. & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018*. Pew Research Center. Haettu osoitteesta <https://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/> 11.4.2019.

Staffans, A. (2004). *Vaikuttavat asukkaat. Vuorovaikutus ja paikallinen tieto kaupunkisuunnittelun haasteina*. Väitöskirja. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja. Teknillinen korkeakoulu. Yliopistopaino Oy. Helsinki.

Suomifinland100 (2017a). Instagram-haaste: #suomi100kesä. 7.6.2017. Haettu osoitteesta <https://suomifinland100.fi/instagram-haaste-suomi-100-kesa/> 17.10.2018

Suomifinland100 (2017b). Instagram-haaste: Suomi 100 liikkuu. 26.4.2017. Haettu osoitteesta <https://suomifinland100.fi/instagram-haaste-suomi-100-liikkuu/> 17.10.2018

Syrjänen, O. (2005). *Osallistuminen, vuorovaikutus ja muutoksenhaku kaavoituksessa*. Rakennustieto Oy. Helsinki.

Terveiden ja hyvinvoinninlaitos (2019). Lastensuojelun käsikirja. Sähköinen käsikirja. Haettu osoitteesta <https://thl.fi/fi/web/lastensuojelun-kasikirja> 23.4.2019.

Lähdeviite: THL 2019

Tilastokeskus. (2017). *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2017*. Tiede, teknologia ja tietoyhteiskunta. Haettu osoitteesta [http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi\\_2017\\_13\\_2017-11-22\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_fi.pdf) 1.5.2018.

Treese, W. (2006). *Putting it together: Web 2.0: is it really different?* netWorker, Vol. 10:2. ACM Press.

Toivonen, A. (2004). *Kuntalainen osallistujana*. Raportteja Espoosta 1/2004. Espoon kaupunki. Kehittämisen- ja tutkimusryhmä. Haettu osoitteesta <http://www.espoo.fi/download/noname/%7B9DF9EE39-8B80-406D-8DC0EE260119403A%7D/14027> 1.5.2018.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

Turja, L. (2010). Lapset osallisina – Kohti uutta varhaiskasvatuskulttuuria. Teoksessa Turja, L. & E. Fonsén (toim). *Suuntana laadukas varhaiskasvatus*. Professori Eeva Hujalan matkassa. Tampere: Suomen Varhaiskasvatus ry., 30–47

Uudistuva kanavanranta (2017a). Kyselyn tulokset. Haettu osoitteesta [http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/haravan\\_tulokset\\_nayttely.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/haravan_tulokset_nayttely.pdf) 1.5.2018.

Uudistuva kanavanranta (2017b). Kuvahaaste! Haettu osoitteesta [http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/kuvahaaste\\_kanavanranta.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/kuvahaaste_kanavanranta.pdf) 17.10.2018.

Uudistuva kanavanranta (2017c). Kuvahaaste! Instagram-kuvahaasteen huippujulkaisut. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/instagram\\_tulokset\\_nayttely.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/instagram_tulokset_nayttely.pdf)  
17.10.2018

Uudistuva kanavanranta (2017d). Kyselyn tulokset 30.11.2017. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/uudistuvakanavanranta\\_harava2\\_tulokset\\_nayttely.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/uudistuvakanavanranta_harava2_tulokset_nayttely.pdf)

Uusikulku, R. & Hynynen, R. (2000). Suunnittelukäytännöt asukasosallistumisen edistämisessä. Teoksessa Hynynen, R. (toim.). *Asukkaat asiakkaina vuokra-asuntojen suunnittelussa. Tirmulan perusparannus ja Herttoniemen uudiskohde*. Ympäristöministeriö, asunto- ja rakennusosasto. Helsinki.

Valkeakoski (2015). Päättöspöytäkirja 140/2015. Työryhmän perustaminen, Eteläisen keskustan suunnittelu. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/tyoryhman\\_perustaminen\\_etelainen\\_keskusta\\_1349574054.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/tyoryhman_perustaminen_etelainen_keskusta_1349574054.pdf) 17.10.2018.

Valkeakoski (2016a). Liikennesuunnitelma. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/ve5\\_suunnitelma\\_1\\_2000.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/ve5_suunnitelma_1_2000.pdf)  
17.10.2018

Valkeakoski (2016b). Kulttuuriympäristöselvitys. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/liite6\\_rakennusten\\_ja\\_alueiden\\_arvoluokat\\_160808.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/liite6_rakennusten_ja_alueiden_arvoluokat_160808.pdf) 17.10.2018

Valkeakoski (2016c). Venesatamasuunnitelma. Haettu osoitteesta

[http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/kanavakujan\\_venesatama\\_20122016.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/kanavanranta/kanavakujan_venesatama_20122016.pdf) 17.10.2018

Valkeakoski (2019a). Uudistuva kanavanranta!- kehittämishankkeen virallinen Internet-sivusto.

[www.valkeakoski.fi/portal/suomi/asuminen\\_ja\\_ymparisto/uudistuva+kanavanranta/](http://www.valkeakoski.fi/portal/suomi/asuminen_ja_ymparisto/uudistuva+kanavanranta/)

Valkeakoski (2019b). Eteläisen keskustan asemakaavamuutos. Osallistumis- ja arviointisuunnitelma. Haettu osoitteesta [http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/2019/etelainen\\_keskusta/495\\_etelainen\\_keskusta\\_oas.pdf](http://www.valkeakoski.fi/files/attachments/kaavat/2019/etelainen_keskusta/495_etelainen_keskusta_oas.pdf) 15.5.2019

Vehmas, A. (2000). *Osallistumisen oppivuodet. Kokemuksia kaavoituskäytäntöjen kehittamisestä Tuusulassa vuosina 1994-1998*. Ympäristöministeriö, alueidenkäytön osasto. Helsinki.

Verkko-osallistuminen.fi. (2019). Havaintoja ja kokemuksia maankäytön suunnitteluun liittyvästä verkko-osallistumisesta, työkaluista ja menetelmistä. <https://verkko-osallistuminen.fi/>

Ympäristöministeriö (2018). *Keskustelupaperi maankäyttö- ja rakennuslain uudistamisen suuntaviivoiksi*. Luonnos. 12.4.2018. Haettu osoitteesta [http://www.ym.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Kommentoi\\_maankaytto\\_ja\\_rakennuslain\\_uud\(46520\)](http://www.ym.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Kommentoi_maankaytto_ja_rakennuslain_uud(46520)) 25.4.2018.

Zephoria (2019). *The top 20 valuable Facebook statistics – updated April 2019*. Haettu osoitteesta <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/> 11.4.2019.

## **Liite 1. Suunnittelijoiden haastatteluissa käytetty teemahaastattelun runko**

### **Teemahaastattelurunko**

#### **Teema 1. Instagram-kuvahaaste prosessina**

**Pääkysymys: Kuvaile Instagram-kuvahaastetta prosessina. Millaisia vaiheita sen suunnitteluun ja toteutukseen liittyy? Kuka niistä on vastuussa?**

Täydentäviä kysymyksiä (keskustelun tueksi)

1. Miten idea Instagram-kuvahaasteesta syntyi?
2. Millainen kuva suunnittelusta ja toteutuksesta jäi? Mikä oli hyvää? Mitä pitäisi tehdä toisin?
3. Oliko kuvahaasteelle asetettu suunnitteluvaiheessa tavoitteita?

#### **Teema 2. Kuvahaasteen tuottama informaatio ja sen käyttö suunnittelutyössä**

**Pääkysymys: Miten kuvahaasteen tuottamaa informaatiota voidaan käyttää suunnittelutyössä?**

Täydentäviä kysymyksiä (keskustelun tueksi)

- Millaisena näet kuvallisen informaation hyödyntämisen?

#### **Teema 3. Instagramin (sosiaalisen median) mahdollisuudet osallistamistyökaluna**

**Pääkysymys: Millaisena näet Instagramin (ja muun sosiaalisen median) käyttämisen kuntalaisten osallistamisessa?**

Täydentäviä kysymyksiä (keskustelun tueksi)

- Onko sosiaalisen median käytölle mielestäsi tarvetta?
- Minkälaisissa suunnittelutilanteissa sen käyttö on mielekästä?

## Liite 2. Haastatteluaineiston luokittelu Instagram-kuvahaasteen suunnittelun osalta

	Alkupäinen ilmaus	Yläluokkaa	Yhdistävä lk.
H1	vähän oli ajatuksena että tällaisella Intagramilla tavoitetas myös nuoremmat	Nuorten tavoittami-nen	
H2	varsinkin niinkun nuoremmille niin tuntuu vieraalta ja, ja niinkun arkitodellisuudelle vieraalta		
H2	tällä vois tavoittaa niinku nuorempaa väkeä		
H3	varsinkin yritettiin löytää nuorempaa ikäpolvee		
H3	me haluttiinkin juuri jotain sellasta että me tavoittelais ne tulevaisuuden asukkaat		
H4	meillä oli kohderyhmänä siihen ois nimenomaan saatu nuoria		
H1	kautta tavoittelais niinkun ikähaarukka, isompi ikähaarukka et en mä ainakaan oo törmännyt kovin moneen alle työikäseen esimerkiksi kuka olis...	Laaja ikähaari	Aktivointi
	tai siis en yhteenkään		
H2	oli tarkoitus löytää semmosia erilaisia osallistamisen tapoja ja tavoittaa eri ikäryhmiä ja eri tyyppisiä ihmisiä mahdollisimman niinku laajasti		
H3	Ja jos me halutaan tämmöselle alueelle tällanen mahdollisimman heterogeeninen alue et siel olis lapsiperheitä, nuoria ynnä muita niin sillonhan meidän täytyy kuunnella myös heitä. Ja he eivät tuo ääntään normaalissa kaavaprosessissa mitenkään esille.		
H3	ja me haluttiin tällä löytää niinkun jotain uusia osallistamisen muotoja, millä me saatas nekin ihmiset osallistuu, jotka haluaa yhdessä kehittää tätä meidän ympäristöö		
H3	mutta esimerkiksi teinit, nuoriso...mä sanon ihan että todella todella harva nelikymppinenkään...ottaa mitenkään näihin niinkun osaa.		
H3	meillä ihmiset ei osallistu näihin kunnan suunnitteluhankeisiin	Enemmän osallistuvia	
H3	luulen et se on joku tämmönen kulttuuriperinne, et ihmiset on tottuneet, että patruuna määrää kuitenkin, että ei oo tottuneet osallistumaan tähän ympäristön suunnitteluun.		
H3	myös varmasti suurin on se et ihmiset on kokenut varmaan todella pitkään niin et vaikka heillä olis jotain sanottavaa, niin heitä ei kuulla eikä kohdata ja jos se tätä kautta saatais sitten niinkun paremmin		
H1	sain semmosen käsityksen että, et sosiaalisen median hyödyntäminen kovasti kiinnostaa ja se nähdään semmosena mahdollisuutena tavoittaa niitä ihmisiä jotka ei, ei muuten	Käytetään sitä väylää missä ihmiset ovat	
H3	et oltas sellassessa sosiaalisessa mediassa, välineessä mikä on nuorisolle tuttu		
H3	Meil oli ajatus että me halutaan sosiaalista mediaa tähän kauheesti mukaan, mutta me ei, meillä ei oo itellä riittävä tuntemus et miten se kannattas tehdä eikä ajankäyttöä		
H4	nuorille sopiva väylä ja mykaikaa, ja tois vähän semmosta potkua tähän hankkeeseen, tavallaan että... että ei mennä ihan vaan millään yleisötilaisuuksilla vaan että koitetaan erilaisia väyliä		
H3	kuntalaisten on helpompi vaikuttaa ja kysyä asioita, jos me mennään sinne missä he ovat, eikä niin että me odotetaan et he tulee tänne tai lähestyy sähköpostilla tai valokuvalla	Mennään sinne missä ihmiset ovat	Tavoitta-vuus
H3	prosessien resurssointiin pitäis huomioida se että me osattais kuntalaiset osallistaa kaikkeen paremmin ja juuri niin päin että, et me ei odoteta et ne tulee tänne vaan me mennään		
H3	jos me jalkauduttais itse enemmän pois täältä toimistosta vaikka liikekeskuksen aulaan esitteleen asioita enemmän ja kertoon siellä, olis vaikka havainnekuvaa alueesta ja et nyt on tämmönen instagram-kysely meillä, että laittakaan siihen tietoa ynnä muita kuvia. Niin tota, kyllä se tuottaa vielä paremman tuloksen		
H2	semmonen varhaisen vaiheen herättely ja ideoiden ja, ja semmosen niinkun paikallistiedon saaminen tai tämmönen niinkun mielipiteiden kerääminen laajalti	Ollaan aikaisin liikkeellä	Alkuvaiheen osallistami-nen
H1	että kumminkin hyvin alkuvaiheessa lähettiin kyselyä ihmisiltä et mitä olis niitä toiveita ja ohan se nyt kumminkin Valkeekoskikaan mikään älyttömän iso kaupunki oo ja sitten ollaan ihan kokonainen tommonen niinkun keskustan puolikas laittamassa kokonaan uusiksi		
H2	kun ideat vasta on ilmassa ja sieltä poimitaan niitä vaihtoehtoja ja suuntaa niin sillon ehkä enemmän niitä myönteisiäkin vois tulla siihen ja sitä, sitä myötä oikeita vaikuttamista.		
H4	sehän se niinkun ajatus on, niinkun näissä kaikissa alkuvaiheen osallistumis, osallistumisessa et saadaa niinkun, siellä voi olla esimerkiksi paikkakuntalaisilla semmosta tietoa mitä ei niinkun hoksaa välttämättä suunnittelijana ja ulkopaiikkakuntalaisena, et sekin voi tulla jonkun kuvan kautta ilmi		
H4	kun niihin sai kirjoittaa niin sieltä sit ehkä tulee myös jotain ideoitakin ja tarpeita ja...		
H1	etiitään joltain alueelta niinkun, kun ollaan uudistamassa kokonaan niin just ne hyvät ja huonot puolet että mitkä on niinkun ihmisten mielipiteet niin että niistä on ihan hyvä lähteä sitten työstään kumminkin niitä suunnitelmia eteenpäin, että osataan olla niin sanotusti kansan pulssilla.		
H2	meidän lainsäädäntö ohjaa siihen osallistamiseen ja oikeestaan se työkin ohjaa siihen, että on kaikille helpompaa jos ihmiset saa tiedon asioista ajoissa ja voi reagoida siihen ajoissa, heille voi selittää mitä ajoissa		
H1	että innostetaan ihmisiä siihen osallistumiseen	Innoste-taan ja herätellään ihmisiä	
H1	herätellä sitä kiinnostusta		
H2	Niin se herättelee ihmisiä, että tämmöstä tapahtuu		
H3	et me saatais jotenkin herättelyä, ravisteltua ihmisiä että, no auttakaa meitä, et osallistukaa tähän meidän kunnan rakentamiseen		
H3	se on aina parempi että kaikki eri mediat, niinkun että sieltä saa semmosta niinkun herätettä herättää siihen runken asioissa ihmisille...		
H1	tuntuu et ihmisillä on kumminkin semmonen mielikuva että kaupunkisuunnittelua tehdään pelkästään niinkun sielä virkamiesten pöytien takana että, että niinkun tämmöset uudet tavat siihen osallistamiseen ylipäätään on kyllä ihan	Osallistumi-nen helposti ja matalalla kynnyk-sellä	Helppous
H1	ylipäätään että se osallistaminen olis vähän niinkun että se tulis helpommin lähestyttävämmäksi		
H2	se ei oo kauhean lähestyttävä niin se tuntuu hyvältä se X:n idea siitä Instagramista		
H3	Nyt me yritettiin tuoda myös se niinkun julkiseksi et nyt tässä vaiheessa te voitte vaikuttaa		
H4	se ois ollu sellasta matalan kynnyksen osallistumista		
H2	kyllähän kaavottaja haluaakin että ne ihmiset osallistuu matalalla kynnyksellä, koska siihenhan se laki tähtää ja siihen se koko prosessi tähtää...että...ja tehdä se osallistuminen... tai tavallaan se prosessi niinkun helpommin lähestyttäväksi ja epämuodollisemmaksi		
H2	siihen se some on hyvä, koska siinä se näyttää vähemmän byrokraattiselta se asia ja se on ehkä helpommin lähestyttävä		
H2	että vois tulla niitä ideoita asukailta ja et me saatais tätä niinkun lähemmäs sitä ihmisten arkee, että hei näihin voikin vaikuttaa		
H3	me saatas sitten edes se oo, kynnys tulla meille kertoon jostain asiasta niin matalaks että ihmiset uskaltaa tulla. Ja se, se on tosi haastava, se on ihan kaikessa meidän työssä haastavaa, mutta tää on, tässä kynnys on matalampi koska se ei profiloituu siihen yhteen henkilöön samalla tavalla.		
H1	tekeen tämmösiä isoja keskustal alueen muutoksia, et sinne sais ihmiset osallistumaan niinkun monella eri tavalla		
H1	se semmonen peukuttaminen on sitä kautta aika paljon helpompaa kun että sä kirjoittas sen paperille ja lähettäisit edes sähköpostilla johonkin	Helpon välineen käyttööno-otto	
H3	tää Instagramhan on sinällään äärimmäisen helppo, että se ei vaadi siltä kom...joka niitä kuvia laittaa, hyvää tai huonoa, niin myös siltäkään paljoo, koska nykyään kännykkäkamerat on mukana joka paikassa		
H3	et vaikka kävisit aamulenkillä tai lasten kanssa jossain leikkipuistossa tai jossain kulkisit siitä ohi niin sä voit vaan kameralla nopeesti ottaa, napata sen kuvan ja laittaa eteenpäin		
H3	lisäks tää on pikkusen niinkun anonymi siinä mielessä et ei tarvii missään yleisötilaisuudessa tuoda itseensä esille ja ottaa puheenvuoro, joutua silmätikuks	Anonymi väline	
H3	se pelko et osoittaa mukanas tyhmytensä tai ettei oo perillä näistä asioista tai se pelko ettei oma asia oo riittävän niinkun mittakaavassa riittävä tähän puhumiseen niin tota...mä nään että tää on yks keino		
H1	kaikki palaute on niinkun kotiopäin	Palautetta lisää	
H1	kun somen kautta on helpompi lähettää kaikenlaista palautetta että sitten tulis myös niitä		
H1	kyllä mä ehkä sitä toivoin joo että sillä tavoittelais muutkin kun nää ketkä niinkun...joka kunnassa on kuitenkin ne omat tämmöset ammattivalitajansa, että osallistettais myös ne kenellä olis hyvää sanottavaa, kun se kirjallinen palaute tuppaa oleen se et annetaan se, no nimikin sen jo sanoo,jätetään valitus	Negatiivi-sen sijaan positiivista	Väylä positiiviselle palautteelle
H2	niinkun tottakai me ollaan tehty sitä MRL:n mukaista osallistamisprosessia silleen määräämutoisesti ja ja kaikki on nyt kokeiltu nää kaavojen nähtävilläolot ja yleisöttilaisuudet ja se on helposti aika puisevaa touhua ja semmosta ja ihmiset ei mielellään lähe semmosiin virallisiin yleisöttilaisuuksiin valtuustosalin		
H3	ne jotka osallistuu, ne on yleensä sit vain niitä, se pieni ryhmä joka vastustaa kaikkea		
H3	Koska palautetta ei yleensä tuu muuta kun epäonnistumisista niin olis kiva tietää että ollaanko me menossa kuntalaisten mielestä oikeeseen suuntaan		
H3	noi jotka aina valittaa kaikesta niin ne on sitten...ne haluis sen oman huomion niin...ja sen takia heille ei Instagram-haastekaan sovi koska he eivät saa siinä sitä henkilökohtasta meriitejä		
H1	Ei ollu mitään niinku kirjattuja tavoitteita eikä sille varmaan kukaan niinku mielessäänsäkään mitään niinku kuvamäärää esimerkiksi	Avoin asenne	Tavoittei-den asettelu
H2	ja ihan sellasia niinkun visioita lähettiin että mitkä ihmisten mielestä on yes ja mitkä ihmisten mielestä on no		
H2	semmosta ihan visuaalista niinkun elämystä lähettiin, lähettiin hakeen		
H3	lähettiin ihan avoimesti, joo ihan avoimesti. Eikä meillä ollu suoraan sanoen taitookaan laittaa siihen semmosia tavoitteita.		
H3	ja sit toisaalta me haluttiinkin antaa sitä vapautta		
H4	se kysymyksenasetteluhan on tosi tärkeä. Että tässä oli toi, toi hashtagit sitten tavallaan se kysymyksenasettelu, ja ne koitettiin, niit oli aluks useempia	Tekninen toteutus	
H4	pääduttiin siihen et parempi et ne on tämmöset nasevat vaan että yes ja ja no ja kertokoot sit kuva et miks ja, ja sitten me laitettiin et sen kuvan alle voi sitten muuttaman, muuttamalla lauseella sitten kuvailla et miks juuri se kuva niin siitä se tulee sit esille et miks se on yes tai no		
H4	se miettiminen et miks niitä kuvia halutaan ja mitä ne sitten et kun näissä toimi nimenomaan nää hashtagit sitten, et se hashtagin suunnittelu, mikä se sitten on		

### Liite 3. Haastatteluaineiston luokittelu Instagram-kuvahaasteen toteutuksen osalta

	Alkuperäinen ilmaus	Yläluokka	Yhdistävä lk.	
H4	Mutta tommonen mainos siitä tehtiin et siinäkin koitettiin vähän nyt sitten, ettei nyt ihan mitään semmosta, semmosta tota mustavalkosta ja vakavannäköstä	Mainoksen laatiminen	Tehokas mainonta	
H1	X laati siihen ne niinku mainokset esimerkiksi			
H1	mä kävin ne viemässä, no tietysti paikallislehteen	Monikana- vainen näkyvyys		
H2	eli tottakai siitä piti olla lehdessä			
H1	kyllähän me toki sitä niinkun laitettiin kaupungin nettisivuille			
H1	netissä rummutettiin			
H1	meidän verkkotoimittaja nosti sitä niinkun facebook näkyvyyteen ja sillain			
H2	tais olla kaupungin fb-sivuilla ja nettisivulla			
H3	kun se valmisteltiin, laitettiin nettiin, laitettiin joka paikkaan viestiä.			
H3	Mehän lähetettiin paljon kaiken maailman sähköposteja ynnä muita että osallistukaa tähän ja tähän siis eli sidosryhmille			
H4	Täähän (mainos) oli jossain mm, ainakin Koskikaralla oli kai tää ja kirjastolla ja uimahallilla			
H1	paikallisille valkeekosken kouluille vietiin ilmoitustauluille siitä mainosta	Nuorille kohdennet-tu mainonta		
H1	esimerkiksi lukiollahan ja ammattikoulussa näistä niinkun tää toimiston henkilökunta kivasti innostu että ne lähti ne mainokset pyöriin sitten sielä niissä keskustelkkareissa			
H2	käytiin ammattikouluilla ja lukiossa ja ammattikouluillakin tai siellä VAAOssa he laitto tota sinne heidän aulan telkkariin pyöriin myöskin sen mainoksen			
H4	sitten oli sielä koululla oli aulassa tämmönen, joka oli siis tossa semmosella televisiolla ruudulla siinä vaihtuu aina aika ajoin se			
H1	sitten se niinkun käytännön toteutus että sitä olis voinu ehkä vielä vähän enempi rummuttaa jo etukäteen niin siihen olis saanut ehkä paremmin sitten paremmin ihmisiä mukaan että enempi lehtijuttua ja	Asian aktiivinen esilletuonti		
H2	ehkä sit se aika sitä rummuttaa etukäteen oli aavistuksen lyhyt			
H3	Meidän ois vielä enemmän pitänyt tehdä niinkun meidät lähestyttävämmäksi ja tää hanke. Se on ehdottomasti se mitä olis pitänyt tehdä toisin. Et me luotetaan siihen et ihmiset löytää netistä, ihmiset käy kunnan nettisivuilla kattomassa asioita ynnä muita			
	Mutta miksi ihmiset, joilla ei oo välttämättä luontasta näihin asioihin niin kävis kunnan nettisivuilla kattomassa näitä.			
H3	se pelkkä Instagram-haaste ei riitä, jollei me saada sitä niin paljon ihmisten tietosuteen et niitä kiinnostaa se mihin se liittyy. Et jos se on vähän sattunaa, et lukeeko paikallislehdessä tai huomaatko sä kaupungin nettisivuilta, että tämmönen on olemassa, et sit ois pitäny rummuttaa vähän enemmän.			
H4	olis varmaan pitäny sitten keksiä jotain, jotain tota muita väyliä vielä sit siihen			
H1	ei oo siihen markkinointiin semmosta, semmosta kokemusta et ehkä siihen olis voinut myös sitten tän kunnan tai kaupungin oman markkinointipuolen	Riittävät resurssit	Kohderyh- män tavoitta- minen	
H3	kun tällasta tehdään niin pitää myös omat resurssit olla riittävämmät, osotettu juuri siihen tehtävään. Että meillä kun on liikaa töitä suhteessa resursseihin ollu, niin tota me ei oo itse pystytty keskittyn siihen riittävästi, että konsultti on joutunut sitten niinkun...hyvin itsenäisesti paljon tekeen			
H3	me oltas ehkä voitu saada vielä enemmän siitä, jos me oltas itse pystytty panostaan vielä enemmän siihen			
H3	me ei osattu sitä siinä vaiheessa riittävän hyvin tätä Instagramia käyttää eikä...ei vaan niinkun nähty niitä kaikkia			
H3	et meidän ehkä ois pitänyt enemmän...äh, yrittää saada kaupungin markkinointia, markkinointiosastoo mukaan siihen, et me oltais saatu rummutettua tätä enemmän			
H2	ehkä vielä tekisin niin, että otas yhteyttä etukäteen vaikka näihin yhdyskuntaopin opettajiin, jotka niinkun tällasta osallistamista ja kuntalaisosallistumista	Oppilaitos- yhteistyö		
H2	tavallaanhan sitä kautta varmaan tavottais useitakin luokkia, ja tavallaan se instagram-kuvahaaste ois voinu liittyä siihen heidän niin, koulutehtävään, että niinkun tavallaan semmonen niinkun lisä siihen niin ois voinu tavottaa paljon paremmin			
H2	tai vaikka jonkun kuvataidekoulun kautta tai jonkun			
H3	toivoin sitä, et me saatas vielä niinkun oppilaitosten kans enemmän sitä yhteistyötä että me saatas ne oppiin jo tuolta yläasteelta tai sieltä lähtien, et hei että, asioita voi tuoda esille ja joskus ne toteutuu			
H4	tota puhuttiin kyllä silloin että olis tosi kiva kun pystys menemään kouluille kertomaan tästä kanavanranta-hankkeesta ja sitten kertomaan että nyt on sit tämmönen kuvahaste ja kannattaa ottaa osaa... mutta mutta siihen ei sit syystä tai toisesta ryhdytty, et ois sinne kouluille sitten jalkauduttu.			
H1	semmonen vähän löysempi aikataulu siihen että meillä tuli sen kaa sitten loppuviihteeksi aika kiire kun oltiin jo lyöty niitä päiviä lulkoon			Aikataulu
H2	ehkä se aikataulu oli vähän haasteellinen			
H1	mutta että jos sitä olis ollu valmistellu niinku hyvissä ajoin olis ehkä saanu vielä vähän paremmin			
H2	oliko se viä joululoman aikana tai jotain, että... niin se oli keskitalvella ja sit se aika oli ehkä aavistuksen lyhyt	Ajankohta	Toteutus- aika	
H1	ehkä se vuodenaika ehkä ihan puoltanut tätä että se... niin, sattu hankalaan vuodenaikaan			
H1	et kauniilla kesäaällä niitä yes-kuvia ois tullut ehkä niinkun enempi			
H2	ehkä juuri se ajankohta että se ajotettas niin että se alue on lähestyttävä ja, ja että ne koululaiset ketä tavotellaan olis paremmin niinkun että ne ei olis loma-aikana			



## Liite 4. Instagram-kuvahaasteen tulosten hyödyntäminen

	Alkuperäinen ilmaus	Yläluokka	Yhdistävä lk.
H1	kyllähän sinne jokasia kuvia tuli ja ne aika hyvin kyllä tuli sitä mitä tietysti itelläkin meillä oli ajatuksena mikkä siellä on ne hyvät ja mikkä huonot puolet...	Tukea omille ajatuksille	Materiaalia suunnittelijalle
H1	tässähän se tietysti tosiaan kun se lähinnä niinkun vahvisti sitä ajatusta että mitä siellä on että se ei muuttanut niitä meidän suunnitelmien suuntaa sen kummemmin, mutta jos sieltä olis vaikka nousu joihin erikoista mitä ei olis itte tullu ajatelleekseen niin		
H3	meillä oli hyvin vahva tuntemus siitä että kuntalaiset on samaa mieltä kun me, että toi alue mitä me, missä me tätä menettelyä on käytetty ja suunnitellaan on myös kuntalaisten mielestä vähän semmoinen epämiellyttävä ja kaipais uudistusta. Et me myös saada vahvistusta siihen, että et onks se vaan meidän ajatus vai onks myös kuntalaiset samaa mieltä		
H3	kyllä se tosi hyvin se valokuvahaaste siinä niinkun vahvisti sitä että, et ne kohdat mitä mekin nähtiin ongelmia niin myös tuli sitten kuntalaisilta ongelmia. Ja yhtälailla sitten ne paikat mitä, mitä niinkun pidettiin viihdyttävänä ja arvokaina siällä niin ne tuli kuntalaisilta vastaa...et kyl se meille anto eväitä sit siihen jatkosuunnitteluun ja ehkä vahvistusta siihen että, et me ollaan oikeella tiellä		
H3	ja siitä me saatiin hyvin vahvistusta siihen et onko meidän näkemykset samoja kun niitten ketkä osallistu tähän		
H3	en myöskään siis kiellä sitä mitä, on oikeesti sitä mieltä et myös sillä haettiin sitä tukea omaan työhön. Että me tehdään sitä, mitä kuntalaisetkin toivois täällä tehtävän. et se että kun sitä poh, sitä on pohdittu et voiko näitä purkaa ja mitä mieltä sitten on kuntalaiset siitä jos ne rakennukset puretaan ja onhan kaikki sitä mieltä		
H4	että ne on rumia ja huonokuntosia, et onks se semmoinen yleinen käsitys		
H2	kerto meille siitä että mitkä asiat vaikka, vaikka niistä rakennuksista niin siä oli kuvattu joihin luotaantyyntävää, kulunutta ja tahrinutunutta betonia ja, ja sellasia ei-paikkoja, epäpaikkoja oli kuvattu ja sitten taas niinkun siellä pluspuolella oli kuvattu sitä vesistömaisemaa ja, ja pu-puistoisuutta ja tämmösiä niinku viihtyisää niin kyllähän se anto sellasen niinku että et nää asiat on kivoja ja nää oli,oli kurjia että	Täysin uutta tietoa	
H3	siinä tuli esille se että ihmiset ei halua kattoo vaikka joihin lastauslaituria parhaassa maisemassa, sehän on ittestään selvää, mutta kun se tulee siinä niinkun kuvassa että, niin sit sitä rupee tarkemmin sitä aluetta kattoon et hei niin et toi on oikeesti ihan kauheen näkönen ja joku kattoo tota joka päivä		
H3	tuli uusia tietoja meille sitä kautta et joku oli kuvannut kauniita puita esimerkiksi ja siitä saatiin tietää että ne onkin joihin tämmösiä et ystävyyskaupungit on antanut meille joihin puun taimia joskus ja et ihmiset kaipaa myös sitä vehreyttä sinne ym. ympäristöön...		
H4	siellä voi olla esimerkiksi paikkakuntalaisilla semmosta tietoa mitä ei niinkun hoksaa välttämättä suunnittelijana ja ulkopaikkakuntalaisena, et sekin voi tulla jonkun kuvan		
H3	et kun tämmönen ekaa kertaa tekee niin siinä itekin kaipaa sitä varmistusta siihen et joo et hei tää on toimiva tää tapa	Toimiva keino	
H1	siellä on joihin niinku konkreettistakin hyötyä et sieltä oikeesti voidaan saada siihen niinkun suunnittelun joihin uusia, uusia näkökulmia		
H4	Ei kuvien määrään mutta se, että että täällä tota...ää...täl on tää nimenomaan tää ensimmäinen vaihe "ideoita, tarpeita ja tietopohjaa" et me saatas niinkun tätä materiaalia sieltä		
H1	No ehkä kuvissa sitten kun sinne on helpompi antaa myös sitä positiivista positiivista palautetta	Uusi väylä	Uudenlainen suunnittelutieteen keruu
H2	No se on ihan yhtälailla mielipide kun vaikka se kirjallinenkin		
H4	koen sen että valokuvien kautta pystyt niinkun...joka on sillä tavalla visuaalisesti suuntautunut niin pystyy niiden valokuvien kautta sit viestittämään niitä ajatuksia		
H1	mutta kyllähän tää perinteinen kuvat...kuva sanoo tuhat sanaa tyyppinen niin kyllähän se silleen paikkansa pitää	Informatiivinen materiaali	
H2	visuaalisesti välitetty se, se niinkun mielipide siitä, että mi-mikä tässä alueessa on hyvää tai huonoa, että kyllähän se suunnittelu ja kaavottaminen niin, se on hyvinkin visuaalista, että kyllä se välitetty se viesti meille varsinkin jos siin on vähän selittävää tekstiä niin, aika hyvinkin välitetty		
H2	se valokuva niin siinähan sää valitset sen kuvakulman ja, ja tunnelman kertoaksesi joihin		
H3	siinä mun mielestä aika pitkälti pätee se et kuva kertoo enemmän kun tuhat sanaa. Et kun ne ihmiset oli saanut itse rajata sen kuvan ja määritellä mitä ne haluaa että siinä kuvassa näkyy		
H3	se oli sitten myös sillä tavalla ravistuttavaa, että, et kyllähän ne aika rumia ne joku kuvat oli		
H1	onhan siinä se että eihän siitä kuvasta nyt voi sitten ihan päätellä että mitä siel on ajettu niinkun takaa kun että se olis avattu paperille mutta onhan tietysti kirjoitettua tekstissään se rivienvälivaara	Tulkittavaa tietoa uudessa muodossa	Aineistoa tulkittavaksi
H2	kyllä siinä tietysti sitä tulkinanvaraakin jäi mutta niinhän jäi niihin karttapäppiiinkin ja niin jäi siihen että miksi johonkin oli laitettu että se on hyvä juttu – et miltä kannaltakohan tää nyt olisi hyvä juttu et ainahan siin on se tulkinanvara		
H3	tottakai me käytetään siihen omaa tulkintaa, sitä historiatietoa mitä meillä on ja mitä jopa omat asenteet saattaa siinä tulla kun tulkitsee sitä kuvaa. Mut mä nään sen ite niinpäin että, kun tiedostaa sen että, että itse voi tulkita vähän eri lailla tai että omat ennakoasenteet tai jotkut voi vaikuttaa asiaan niin silloin ne vaikuttaa vähemmän kun sen tiedostaa		
H4	Jos niit ois ollu enemmän ja sieltä ois löytymyt jopa vähän niinkun vastakkaisia	Analysointi	
H4	tästä ei voi laskea et kuin monta prosenttia on kuvannu Ystävyysdentalon ja, joka ois ollu ihan siis jos ois ollu paljon niin siinä se ois ollu mielenkiintoista nähdä kuin monta Ystävyysdentaloa siellä on		
H4	oikeestaan ainut vaara et niitä kuvia tulee niin vähän et siit ei välttämättä tee mitään		
H4	Tässäkin mulla oli ajatuksena et mä katon ne tykkäykset, montako tykkäystä		
H1	Sitten niistä järjestettiin näyttely niistä kuvista vielä, että X koosti ne semmosiksi julisteiks ja ne oli meillä ensiks kirjastossa, kirjastossa ja sitten ne oli vielä niinkun paikallisessa kauppakeskuksessa sen jälkeen	Visuaalinen esitystapa	Havainnollistava materiaali
H2	X koosti sen sitten sellasiksi julisteiksi, nii se oli, must se oli kivan näköstä miten se oli sen tehny		
H3	niin ne oli sit kaikki nähtävillä ihan meillä kauppakeskuksen aulassa ja kirjastolla ja tällain et kuntalaiset pääsis tutustua ja tottakai netissä kaikki		
H3	valtuustoseminaarissa eli meidän poliittisille päättäjille ja tosiaan kuntajohtajille. Ja ihan sitten toki kaupungin johtajalle	Päätöksenteon tuki	
H3	Ja sit heilläkin (kuntapäätäjät) oli tukeaan nämä instagram-kuvat, mitä oli		
H2	et missä vaiheessa hän esitteli sille kehitysräädille sitten niitä Instagram...		
H3	meillä oli elinkeinoryhmä, mihin oli paikallista elinkeinoelämästä ja tosta niinkun no alueen kiinteistön omistajista koottu ryhmä		

## Liite 5. Kuvallisen informaation hyödyntäminen

Alkuperäinen ilmaus		Yläluokka	Yhdistävä lk.	
H1	ihmiset kunninkin enenevässä määrin räpsii kuvia niinkun myös siitä ympäristöstään, ihan semmosia arkisiakin otoksia	Uusi formaatti	Uusi tapa kerätä tietoa	
H2	se valokuva niin siinä on säälitset sen kuvakulman ja, ja tunnelman kertoaksesi jotain			
H4	Kauneus on katsojan silmissä, niin sit tää Instagram jos tekee sen näin, niin se, se tuo sen esille et mikä se sit on se kauneus kenenkin silmässä ja rumuus			
H4	mä itse oon aina tykänny valokuvaamisesta ja niinkun koen sen että valokuvien kautta pystyt niinkun... viestittämään niitä ajatuksia			
H1	voidaan saada siihen niinkun suunnitellun jotain uusia, uusia näkökulmia	Uusi väylä		
H2	se on ihan yhtälailla mielipide kun vaikka se kirjallinenkin			
H1	No ehkä kuvissa sitten kun sinne on helpompi antaa myös sitä positiivista, positiivista palautetta että just niinkun sinnekin tuli että tästä näkymät tonne suuntaan on ihan erityisen kauniit			
H2	yhtälailla kuvankin voi ymmärtää monella tavalla, että kyl se nyt jokatapauksessa se valitettavasti niinkun se saattaa se viesti muuttua matkalla ja mutta se on yhtälailla tekstissä kuin kuvassakin	Tulkinta	Uudenlaista materiaalia suunnitteluun	
H1	ei hän siitä kuvasta nyt voi sitten ihan päätellä että mitä siel on ajettu niinkun takaa kun että se olis avattu paperille mutta onhan tietysti kirjoitetussa tekstissäkin se rivienvälivaara että sinne niinkun ihminen tarkoittaa jotain muuta kuin miten se luetusti ymmärretään			
H2	visuaalisesti välitetty se, se niinkun mielipide siitä, että mi-mikä tässä alueessa on hyvää tai huonoa			
H3	ainahan siinä on se riski et, et kun kuvaa tulkitaan niin me nähdään sieltä eri asia. Sehän on aina, mutta yhtä lailla se on kirjoitetussa tekstissä et			
H4	No voihan siihen liittyä tulkinnan vaikeutta, mut täs tapauksessa oli se et siihen sai kirjoittaa sitten et se sit tukee sitä			
H3	kun tiedostaa sen että, että itse voi tulkita vähän eri lailla tai että omat ennakoasenteet tai jotkut voi vaikuttaa asiaan niin silloin ne vaikuttaa vähemmän kun sen tiedostaa			
H1	kyllähän tää perinteinen kuvat...kuva sanoo tuhat sanaa tyyppinen niin kyllähän se silleen paikkansa pitää	Informaatiivisuus		
H3	siinä mun mielestä aika pitkälti pätee se et kuva kertoo enemmän kun tuhat sanaa. Et kun ne ihmiset oli saanut itse rajata sen kuvan ja määritellä mitä ne haluaa että siinä			
H2	kuvassa näkyy niin se oli mun mielestä jotenkin kauheen kuvaavaa			
H2	kyllä se välitetty se viesti meille varsinkin jos siin on vähän selittävää tekstiä niin aika hyvinkin välitetty	Havainnollisuus		
H3	jos me lähettäs miettiin et meillä olis jotain havainnekuvia, mistä ihmiset sitten rupeis laittaa, et jos niitä tehdään kovinkin paljon niin niitten tekeminen on äärimmäisen työlästä ja kallista, koska ne täytyy suunnitella niin pitkälle			
H3	meillä kun oli semmosia sit vähän tällösiä laatikkomallisia havainnekuvia tai sieltä puuttu jotain parvekkeita tai jotain niin ne kommentit oli äkkiä et, ei tollasia laatikoita haluta tonne. Et ihmiset ei osaa sitten lukee...tai sitä et mitä se todellisuus ehkä mahdollisesti olisi, mikä on toisaalta mun mielestä täysin ymmärrettävää			
H3	se että meillä on talon kohdalla vaan joku laatikkomassa et tähän tulis talo, se jättää niin paljon mielikuvitukselle tilaa ja meidän jokaisen mielikuviutus tuottaa siihen eri näkösen vaihtoehdon. Ja sillohan tavallaan lausutaan ihan erilaisesta asiasta: joku näkee sen, et se just sellanen harmaa betoniköntti, joku näkee siinä pitkät parvekkeet ja pelargonioita ikkunoilla ja kaikkee tää tyyppistä ja kun se mielikuviutus tuottaa siihen sen erilaisen...			

## Liite 6. Sosiaalisen median mahdollisuudet kuntalaisten osallistamisessa

	Alkuperäinen ilmaus	Yläluokka	Yhdistävä lk.
H4	et Facebook toimi vähän huonosti osallistamiseen sen takia että se on niinkun niin avointa sit taas että, että tota ää siin on niinkun sekä molemmin, molemminpuolin et se, se sieltä tulevan tiedon niinkun ää, oikeellisuus on vähän niinkun et kuinka hyvin voi luottaa siihen aineistoon mikä on facebookin kautta tullut, niin siin on niinkun tiedon kerääjien kannalta se ongelma	Vapaan keskustelun haasteet	Information määrä ja laatu
H4	maankäytön suunnittelu ensinnäkin on niin abstrakti ja vaikee asia ymmärtää ihmisille, että sit se lähtee se keskustelu yleensä hyvinkin ensinnäkin konkreettiselle tasolle, vaikka ihan toisissa sfääreissä on menossa se, se suunnittelu kuin se keskustelu sitten että, et se on usein se ongelma		
H4	en halunnut lähteä mitään facebook, sitäkin keskusteltiin et jos joku semmonen facebook-ryhmä perustettaa ja, mut se ajautuu sit hirveen helposti se keskustelu ihan muille raiteille		
H4	ehkä silloin alkuvaiheessa kun sinne facebookiin innolla lähdettiin ja kaikki suunnittelijakin lähti sinne niin sit tuli nimenomaan se ongelma että apua, sitä materiaalia tulee hirveesti ja sen seulominen et mikä sieltä nyt oikeesti on semmosta mitä vois tässä hankkeessa hyödyntää niin se on, se on niinkun se haaste		
H4	semmonen vapaasti kulkeva keskustelu niin se on, se on vaikee.		
H1	kumminkin ne resurssit on rajalliset että millä sitä somemaalmaa pystyy esimerkiksi siellä töissä pyörittämään	Valvonnan tarve	
H4	niin munhan pitäis käydä siellä suurin piirtein joka päivä ja ohjata sitä (Facebook-keskustelua), et ollaanko siitä sit valmiita maksamaan et joku käy joka päivä siellä parhaimmillaan ja kun sitä ei voi ennakoida, tietää et se voi innostaa et siel onkin satoja		
H4	tää (Instagram-kuvahaaste) on sit taas työpanoksena niin siis tosi pieni. Tekee ton mainoksen ja sit vaan odottaa	Helppous	
H3	Instagram on sinällään mukava, et se on helppo tehdä ja siinä ei jää niin villiä tilaa mielikuvitukselle kuitenkaan		
H4	se (Instagram) on tosi helppo hallita, koska sit sä saat sieltä kun sä haet vaan sillä hashtagilla niin sä saat ne kaikki kuvat jo kerralla ladattua koneelles	Tavoittavuus	Instagramin hyvä käytettävyys
H4	mä luulen että lapsille ja nuorille olis luontevampaa tämmösistä niinkun yhteiskunnallisistakin asioista ruveta laittaan Instaan kuvia, mutta...ää...en mä, mä en tiedä, mul on vähän semmonen tunne, että keski-ikäiset kokee sen vielä vähän semmoseks lomakuva, vapaa-ajankuva, semmoseks niinkun et sitä ei niinkään käytetä niinkun töissä eikä, eikä tämmösiin niinkun ns. virallisiin kanaviin.		
H3	mul on itellä xx- ja xx-vuotiaat lapset, niin eihän sen ikäiset oo facebookissa enää ollenkaan... Että facebook on heidän mielestään jo vanhanaikainen ja se on vanhemman väen juttu, että facebookilla ei tavoiteta enää sitä ikäluokkaa mitä on niitä meidän tulevien sukupolvien asukkaita esimerkiksi tossa keskustassa.		
H3	siinä tää Instagram on mun mielestä valtavaan hyvä että se...se tuo enemmän sen asian mihin pitäis vaikuttaa eikä sitä henkilöä kuka vaikuttaa...et tota mä kyllä tykkäisin ja mä oon itseasiassa vähän niinkun ihastunutkin siihen ajatuksena niinkun kaikenkaikkiaan että, et sitä pystyis jotenkin niin paljon hyödyntämään	Julkisuus	
H4	sitten taas moni kokee kuitenkin sen oman, varsinkin jos siel on jotain et asuu itse tai omistaa maata, niin niitä ei lähdetä mielellään sit niinkun semmosella niin julkisella kanavalla (Facebook) kertomaan.		
H2	kaikki on nyt kokeiltu nää kaavojen nähtävällöit ja yleisötilaisuudet ja se on helposti aika puisevaa touhua ja semmosta, ja ihmiset ei mielellään lähe semmisiin virallisiin yleisötilaisuuksiin valtuustosalin	Vaihtoehto perinteiselle	
H1	en mä jotenkin usko että se nyt ihan kokonaan tulee et kyllähän semmoset niinkun ihan... emmää jotenkin nää sitä jotenkin ihan niin virallisena kumminkaan, kyllähän meillä on pakko olla antaa niinkun kuntalaisille myös se vaihtoehto, että sieltä tulee se ruutupaperille kirjoitettu kannanotto		
H1	sosiaalisen median hyödyntäminen kovasti kiinnostaa ja se nähdään semmosena mahdollisuutena tavoittaa niitä ihmisiä jotka ei, ei muuten	Vaivaton palauteant	Uudenlainen väylä
H2	kyllähän kaavottaja haluaaakin että ne ihmiset osallistuu matalalla kynnyksellä, koska siihenhän se laki tähtää ja siihen se koko prosessi tähtää...että...ja tehdä se osallistuminen... tai tavallaan se prosessi niinkun helpommin lähestyttäväksi ja epämuodollisemmaksi		
H4	ei se mikään uus juttu oo, ja suunnittelijat on ollu kyllä siitä innoissaan niinkun siitä saakka kun on facebookit tullu ja muuta et, et nyt saadaan niinkun helposti ihmisiltä palautetta ja kaikki tulee innolla, innokkaasti mukaan ja siihen nää tuli nää haravat ja, ja näit on useempia tämmösiä on karttapohjaisia tota osallistumisalustoja, mitä voi sitten käyttää		
H1	kun somen kautta on helpompi lähettää kaikenlaista palautetta että sitten tulis myös niitä niinkun tulis myös ne (positiiviset palautteet)	Monikana-vaisuus	
H1	Tää on sitä nykypäivän palauteantomeininkiä että mitä kautta se sitten tulee että on se sitten sosiaalinen media tai että niinku kuntien sivuilla jotain sähköisiä lomakkeita tai että ylipäätään niinkun sähkönen		
H1	se semmonen peukuttaminen on sitä kautta aika paljon helpompaa kun että sä kirjottasin sen paperille ja lähettäisit edes sähköpostilla johonkin niin		
H2	some on hyvä, koska siinä se näyttää vähemmän byrokraattiselta se asia ja se on ehkä helpommin lähestyttävä	Somen käytö-taidot	
H1	tämmönen instagram, nythän se vasta rupee tuleen niinkun... On tässä viimeisen parin vuoden aikana et vähän jokaisella kumminkin on se, sitä ei enää aristella		
H2	se (Facebook) toimii semmosena vähän niinkun otsikkona tai kuulutuksena tai herätyksenä, että Hei, tämmönen hanke, ja sitten siitä voi linkittyä		
H2	nyt täällä (kunnassa X) kaavottajat käyttää Twitteriä ja ne on siellä jakanu vaikka jonkun kyselyn tuloksia ja kyllähän sekin sitten tavoittaa, et kaikilla näillä on niinkun omat käyttäjänsä	Instagramin potentiaalin tunteminen	Suunnitteli-joiden osaaminen
H2	Tai vaikka sitten Linkedlniä, et sitten se käy, tavoittaa niinkun ammattilaisporukkaa ehkä et niillon kaikilla oma, oma niinku paikkansa		
H2	sitten kun niitä useita käyttää niin aina saavuttaa jonkun käyttöajakunnan		
H3	mun mielestä suurin este tossa sosiaalisen median käytössä on se, että...ää me ei osata sitä riittävästi ja sit toisaalta...ää, joskus on jopa se että itsellän säästää sillä, et ei ole mukana kaikessa sosiaalisessa mediassa, koska siellä myös sitten haukutaan ja ää, kritisoidaan ja arvostellaan ja työtä pitäis jaksaa tehdäkin	Instagramin potentiaalin tunteminen	
H3	näissä (Sosiaalisen median sovelluksissa) pitäis vaan pysyä mukana		
H3	me ei osattu sitä siinä vaiheessa riittävän hyvin tätä Instagramia käyttää eikä...ei vaan niinkun nähty niitä kaikkia		
H3	kun teet näitä virkavastuulla niin sä et voi sinne yksittäisen ihmisen mennä oikaseen minnekään sosiaaliseseen mediaan et se on pikkaasen oikeesti niinkun haasteikin virkamiehelle	Instagramin potentiaalin tunteminen	
H3	me pystytään kehittämään paremmaks, sanotaan näin päin		
H3	mä oon ite esittänyt toiveen meillä kaupungilla, et joskus pitäis olla joku tämmönen, niinkun ihan viestintäammattilainen kaupungilla töissä, jonka tehtävä olis auttaa meitä et miten näitä niinkun laitetaan, et kaupungin sosiaalisesta mediasta		
H3	heti sen jälkeen kun se (Instagram-kuvahaaste) oli niin tota mä itekin sanoin silloin sitä et nyt tästä puuttuu et mitä ne pitäis olla	Instagramin potentiaalin tunteminen	
H3	sit toinen mitä mä kaipaisin kauheesti aina näissä Instagrameissa, siis niinkun kuvissa on juuri se, että juuri näitä yksityiskohtia, et joku on nähny vaikka jonkun kivan puistonpenkin tai että on puun ympärillä joku nätti istumalauke ynnä muuta, niin tämmösestä just niitä valokuvia, et hei voisiko tämmösiä tulla. Et se siitä mun mielestä niinkun jäi uupum. Mutta ehkä ne, me voidaan tässä vielä jatkaa tässä hankkeessa se ei oo vielä loppu ja sitten toivottavasti me ope, opitaan nyt tästä omista virheistä se että miten pitäis		
H3	Ja sit se vois toimia myös hyvin tämmösenä kuntalaispalautelaatikkona, siis sinällään että yhtälailla ää...jos vaikka puistotoimi rakentaa uuden leikkikentän nii sinne vois laittaa kuvan siitä et onpa hieno leikkikenttä, jotain tää tyypistä		